

**РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
СФЕРИ ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ**

Підвальна О.Г., Колесник Т.В.

**РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА
ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
СФЕРИ ТУРИЗМУ:
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ
ТА РЕГУЛЮВАННЯ**

Монографія

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний аграрний університет



Підвальна О.Г., Колесник Т.В.

РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ
ТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ

Монографія

Вінниця

ВНАУ

2022

УДК 332.122:338.48–048.35

*Рекомендовано до друку Вченою радою Вінницького національного аграрного університету
(протокол № 6 від 23.12.2022 р.)*

Рецензенти:

Калетнік Г.М. доктор економічних наук, професор, академік НААН України, завідувач кафедри адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії Вінницького національного аграрного університету

Шпикуляк О.Г. доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН, учений секретар, завідувач відділу підприємництва, кооперації та агропромислової інтеграції, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Шаленко Д.І. доктор економічних наук, професор, професор кафедри теоретичної і прикладної економіки, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Підвальна О.Г., Колесник Т.В. Регіональна політика інноваційного розвитку сфери туризму: проблеми формування та регулювання: Монографія. Вінниця.
Видавець: ТОВ «Друк» 2022. 372 с.

ISBN 978-618-7824-63-1

У монографії обґрунтовано науково-методологічні засади і практичні рекомендації щодо формування регіональної політики регулювання інноваційного розвитку сфери туризму. Обґрунтовано чинники інноваційного розвитку туристичної сфери та встановлено імперативи сталого розвитку туризму. Встановлено особливості взаємодії сфери туризму із соціально-економічною системою регіону, систематизовано підходи до аналізу регіонального ринку туристичних послуг, розвинуто теорію інноваційних туристичних кластерів. Сформовано методологічні засади процесів регулювання інноваційної діяльності на різних рівнях туристичних систем. Обґрунтовано концептуальні засади, прогнозні моделі та підходи до управління інноваційним розвитком різних компонентів туристичної діяльності на регіональному рівні. Розроблено рекомендації щодо розвитку агротуристичної діяльності в регіоні; удосконалено механізм управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму; визначено основні напрями підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також економістів, управлінців і всіх, хто цікавиться регіональними аспектами інноваційного розвитку туристичного комплексу держави, зокрема в контексті формування та регулювання регіональної політики.

© Підвальна О.Г., 2022
© Колесник Т.В., 2022

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ ТУРИЗМУ: НАУКОВІ ПІДХОДИ ТА КОНЦЕПЦІЇ.....	7
1.1. Теоретичні основи дослідження інноваційного розвитку сфери туризму.....	7
1.2. Концепція чинників інноваційного розвитку сфери туризму регіону.....	29
1.3. Стійкий розвиток туристичної сфери регіону: імперативи та інноваційні засади.....	54
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ.....	75
2.1. Сфера туризму в структурі соціально-економічної системи регіону.....	75
2.2. Методологічні підходи до дослідження регіонального ринку сфери туризму.....	98
2.3. Механізми формування інноваційних туристичних кластерів в сфері туризму.....	124
РОЗДІЛ 3. РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ: ПЕРЕДУМОВИ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ.....	143
3.1. Діагностика туристичного та інноваційного потенціалу розвитку сфери туризму в регіоні.....	143
3.2. Соціальні та безпекові проблеми інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні.....	158
3.3. Концептуальні засади регіональної політики інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні в умовах невизначеності.....	170
3.4. Засади стратегічного управління інноваційною діяльністю в сфері	

туризму.....	188
РОЗДІЛ 4. ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ.....	204
4.1. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності у сфері туризму регіону.....	204
4.2. Екологічні проблеми формування регіональної політики інноваційного розвитку туристичної діяльності.....	221
4.3. Принципи та прогностні моделі регіональної політики інноваційного розвитку туризму.....	230
4.4. Інституційні засади регулювання інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні.....	242
РОЗДІЛ 5. НАПРЯМИ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ.....	260
5.1. Агротуристична діяльність як інноваційний чинник соціально-економічного розвитку регіону.....	260
5.2. Механізми управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні.....	269
5.3. Концептуальні моделі управління інноваційними процесами розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу.....	293
5.4. Напрями формування кластерів в туристичній сфері (на прикладі Черкаської області).....	316
ПІСЛЯМОВА.....	329
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	334
ДОДАТКИ.....	362

ПЕРЕДМОВА

У сучасному світі туризм стає важливим соціально-економічним явищем і вважається однією з найперспективніших форм розвитку суспільства. Роль сфери туризму в економічному, соціальному та культурному розвитку як країни, так і кожного окремого регіону важко переоцінити. Вона представляє складну динамічну систему, що прямо або опосередковано поєднує різноманітні галузі економіки, взаємодіє з органами державного управління та впливає на всі сфери життєдіяльності людини. Різноманітна спрямованість векторів впливу туризму на життєдіяльність суспільства охоплює економічні, соціокультурні та екологічні складові туристичної діяльності, тому розвиток цієї сфери є своєрідним імпульсом для забезпечення економічного зростання, досягнення соціальної стабільності, культурного та освітнього становлення суспільства тощо.

З іншого боку, сфера туризму є дуже чутливою до впливу багатьох чинників, відтворення яких обумовлює відповідні зміни. Особливий вплив на функціонування туристичної діяльності чинять інновації, які можуть суттєво змінити технологію розробки і надання туристичних послуг. У цьому контексті пріоритети розвитку залежатимуть від успішності процесів формування регіональної політики інноваційного розвитку, необхідність вивчення яких, поряд із виявленням закономірностей та регіональної специфіки, зумовлюють доцільність та своєчасність проведених досліджень.

У першому розділі – «Інноваційний розвиток сфери туризму: наукові підходи та концепції» – здійснено теоретичне узагальнення сфери туризму, обґрунтовано чинники формування інноваційного розвитку та встановлено імперативи відтворення процесів стійкого розвитку у сфері туризму регіонів України.

У другому розділі – «Методологічні засади розвитку сфери туризму в регіоні» – встановлено особливості взаємодії сфери туризму із соціально-

економічною системою регіону, систематизовано теоретико-методологічні підходи до аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг, розвинуто теорію інноваційних кластерів у сфері туризму регіону.

У третьому розділі – «Регулювання інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні: передумови та концептуальні засади» – на основі аналізу сучасного стану і тенденцій розвитку туристичної сфери регіонів України сформовано методологічні засади процесів регулювання інноваційної діяльності на різних просторових та функціональних рівнях туристичних систем.

У четвертому розділі – «Підходи до реалізації політики інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні» – обґрунтовано концептуальні засади, прогностні моделі та практичні підходи до управління інноваційним розвитком різних компонентів туристичної діяльності на регіональному рівні.

У п'ятому розділі – «Напрями регулювання інноваційного розвитку туристичної сфери регіону» – розроблено теоретичні та методичні рекомендації щодо ефективності розвитку агротуристичної діяльності в регіоні; удосконалено механізм управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні на основі комплексних експертних оцінок; визначено основні напрями щодо підвищення ефективності державного регулювання регіональної рекреаційно-туристичної галузі.

Монографія може бути корисною для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також економістів, управлінців і всіх, хто цікавиться регіональними аспектами інноваційного розвитку туристичного комплексу держави, зокрема в контексті формування та регулювання регіональної політики.

РОЗДІЛ 1

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ ТУРИЗМУ ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Теоретичні основи дослідження інноваційного розвитку сфери туризму

Туризм можна вважати феноменом сучасного суспільства. Майже у всіх країнах світу сфера туризму займає одне з провідних місць в структурі їхньої економіки.

Варто зазначити, що в сучасній науці не існує єдиного підходу щодо періодизації становлення сфери туризму. Історія розвитку сфери туризму є унікальною для кожної країни та має свою специфіку, яка полягає в національних, культурних, релігійних та етнічних особливостях.

Підтримуємо думку науковців, яка стосується періодів становлення сфери туризму. Найбільш обґрунтованою можна вважати періодизацію, згідно з якою виділяють такі періоди:

- 1) ранньоісторичний період – від давнини до середини XIX століття;
- 2) початковий період – з середини XIX ст. до початку XX ст.;
- 3) період розвитку – з початку XX ст. до середини XX ст.;
- 4) період масового туризму – з середини XX ст. – і до теперішнього часу [74].

Важливо згадати, що переміщення з визначеною метою відбувалися ще в античному світі. Причинами цих подорожей, по-перше, виступали економічні підстави, а саме торгівля: купці, що подорожували з одного місця в інше в пошуках нових товарів та ринків збуту. Також існували й інші підстави, які були пов'язані з релігійними обрядами, з метою вивчення навколишнього світу, пошуками нових земель тощо. Обмеження цих подорожей полягали у існуючих засобах переміщення, значній тривалості у часі та високому ступені ризиків, що

їх супроводжували.

У Римській імперії подорожі вважалися частиною освітнього процесу. Освіта привілейованого римлянина не вважалася повною, якщо молода людина не здійснила поїздки в будь-яку країну світу. Мета цієї подорожі полягала у вивченні культури країни прибуття, знайомство з науковими школами, зустрічі і навчання у знаменитих на той час філософів та медиків. Варто зазначити, що сучасні вищі навчальні заклади також сприяють студентам та викладачам до здійснення таких подорожей. У сучасному світі вони отримали назву «академічна мобільність» [74].

Перші організовані подорожі людей з пізнавальною метою та пошуками кращої долі були запропоновані купцями. Для пересування людей вже в Римській імперії було організовано будівництво доріг та відповідної інфраструктури, яка саме і дозволяла здійснювати подорожі.

У той час так звана «транспортна» інфраструктура була представлена двох видів. По-перше – це стоянки для зміни коней, мулів, волів та таверни, де були організовані місця для їжі та кімнати для відпочинку людини. Інший вид був організований для мандрівників, які мали офіційний дозвіл на подорож. Крім зміни коней, мулів і волів у розпорядження мандрівників надавалися кімнати для відпочинку, послуги возових майстрів, ветеринарів, теслярів тощо. Важливою була організація збройної охорони заїжджого двору, до обов'язків яких входили підтримка внутрішнього порядку та захист постояльців від бандитів.

Першим навігатором мандрівника можна вважати путівники (*itineraria adnotata*), які представляли схематичні карти з відповідними символами (*picta*), що позначали водойми, ліса, місця, де були обладнані стоянки та заїжджі двори. Мандрувати могли дозволити собі тільки багаті та знатні особи, оскільки такі подорожі були досить дорогим задоволенням [74].

Також інфраструктура мала приватні транспортні контори, які організовували подорожі. Важливо звернути увагу на те, що мандрівникам

оформлялися посвідчення «гостинності» (*tessera hospitalis*), яке забезпечувало їх гарантованими медичними та юридичними послугами, а також організацією поховання в разі смерті власника документа в іншій державі. Отже, посвідчення «гостинності» можна вважати першим туристичним страховим полісом.

На території Римської імперії інститут гостинності (*hospitium*) був заснований на принципах взаємності. Сутність цього принципу полягала у домовленостях (договорі) між сторонами, виконання яких вважалося «священною справою». Припинення домовленостей було можливим тільки після публічного повідомлення про намір розірвати договір.

Таким чином, вже за часів античного Риму існували різноманітні форми організації подорожей мандрівників. Для їх обслуговування створювалась туристична інфраструктура, метою функціонування якої було створення комфортних умов для переміщення та відпочинку людей.

В середні віки стимулом для подорожей стає релігія. Так віряни здійснюють паломництво для поклоніння святиням християнства і мусульманства.

В кінці XVII і першій половині XVIII ст. активізація подорожей відбулася під впливом ідей просвітителів. У навчальних закладах Європи стали практикуватися освітні подорожі для студентів. Вони стали важливою складовою в системі навчання і здійснювалися для забезпечення наочності навчального матеріалу.

Важливо зазначити, що основною метою переміщення у цьому періоді стає, перш за все, торгівля, яка супроводжується суттєвими ризиками, а також з метою паломництва та здобуття освіти.

Промислова революція у XVIII–XIX століттях у провідних європейських країнах, наслідками якої була індустріалізація, внесли зміни в економічне життя суспільства. Важливою подією стало розмежування робочого та вільного часу працівника. У свою чергу, ці події створили підґрунтя для другого етапу розвитку

сфери туризму.

Другий етап можна характеризувати як період створення нових підприємств з надання туристичних послуг. Варто зазначити, що провідну роль на цьому етапі розвитку сфери туризму зіграли технологічні зміни в транспорті. Так на ринку транспортних послуг з'явилися принципово нові види переміщень. І як наслідок, змінилися засоби доставки пасажирів та умови їх пересування. У цей період відбувається розширення мережі доріг, зменшується час пересування, удосконалюються засоби доставки кореспонденції. Важливим було зменшення вартості подорожі за рахунок використання більш економічних видів транспорту (потяги та автомобілі).

Третій етап охоплює період з початку ХХ ст. по його середину. Головними подіями цього періоду стали Перша та Друга світові війни, економічна депресія 30-х рр., які, у свою чергу, негативно вплинули на розвиток туризму. Однак, саме в цей період з'являються передумови розвитку масового туризму, який активно розвивається у світі в повоєнний час. Зароджується масовий туризм, характерною ознакою якого є орієнтація на доступність послуги. Ринку пропонують дешеві тури, які й забезпечують масовість [74].

Головною ознакою четвертого етапу є набуття масового характеру туризму. Формується індустрія гостинності (індустрія вражень), створюється сфера туризму, а саме: будуються готелі та бази відпочинку, створюються туристичні центри, розробляються туристичні маршрути тощо. Варто зазначити, що у 50-х рр. минулого сторіччя європейський туризм був орієнтований здебільшого на американських туристів. Перелом відбувся у 60-і роки, завдяки чому відбулося стрімке поширення як виїзного, так і в'їзного туризму.

Вважається, що найважливішим показником формування масового туризму є його інтенсивність. Цей показник відображає, яка частина населення країни щорічно здійснює хоча б одну турпоїздку і розраховується як процентне співвідношення до всього населення країни або до тієї його частини, яка старше

14 років. Науковці вважають, що туризм як суспільне масове явище можна розглядати у тому випадку, коли у подорожах беруть участь більше 50% населення.

Перш за все зазначимо, що у Законі України «Про туризм» закріплено поняття «туризм» як тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [86].

Розглядаючи сутність поняття «туризм» можна відзначити, що у сучасній науці існує багато підходів до визначення поняття «туризм». Зокрема було проаналізовано роботи таких науковців як [13; 26; 49; 110], їх тлумачення базуються на різних підходах. Так туризм розглядається як тимчасове переміщення людей, перебування яких поза межами постійного місця проживання тимчасово обмежено, які здійснюють переміщення з метою подорожі у іншу місцевість. Також туризм розглядається як складна соціально-економічна система, підґрунтям якої є туристська індустрія. Наступний підхід дозволяє визначати туризм як сегмент ринкової економіки, на якому взаємодіють різні підприємства туристичного комплексу, що пропонують туристичні послуги. Останній підхід поєднує думки, які полягають у визначенні туризму як тимчасового виїзду людини у вільний час з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійних, спортивних, релігійних, ділових, освітніх та інших цілях на термін не менше 24 годин і не більше 6 місяців, а також цей виїзд не повинен поєднуватися з оплачуваною діяльністю.

Сучасні науковці виділяють такі ознаки туризму: наявність вільного часу; мета переміщення; термін подорожі; подорож не повинна поєднуватися з оплачуваною діяльністю.

Е.В. Щепанський виділяє такі підходи до визначення поняття «туризм». По-перше, це вид рекреаційної та соціально-культурної діяльності; по-друге – це сукупність певних соціально-економічних відносин; по-третє, це форма

маятникової міграції населення; по-четверте – це вид економічної діяльності та галузь економіки; по п'яте – це відкрита соціально-економічна система [256].

О. М. Шуплат зазначає, що туризм є тією сферою діяльності, яка охоплює широке коло галузей економіки, серед яких сфера транспортних послуг, будівництво, сільське, лісове та рибне господарство, переробні галузі, освіта, охорона здоров'я, спорт та культура, рекламна галузь [255].

На думку Дядечко Л.П. поняття «туризм» охоплює систему трьох взаємопов'язаних складових, а саме: 1) географічний компонент, 2) турист, 3) туристична індустрія [73].

У зазначених підходах до розуміння сутності поняття «туризм» є критерії, які визначені як загальні для всіх підходів [4]:

1) зміна місця, в цьому сенсі туризм визначається як переміщення і перебування в туристичній дестинації. Дестинація (destino) в перекладі з латинської це «призначення», «місцезнаходження»;

2) перебування за межами постійного проживання;

3) виїзд з певною метою без здійснення оплачуваної діяльності;

4) тимчасове короткострокове переміщення.

Можна зазначити, що виділені критерії є базовими, загальними та фундаментальними, які дозволяють розглядати поняття «туризм» з економічного погляду.

Таким чином, на основі розглянутих підходів до визначення такого поняття як туризм, можна конкретизувати зміст поняття сфери туризму.

Під сферою туризму будемо розуміти сукупність суб'єктів господарювання виробничої та невиробничої спрямованості, які є складовою національної економіки та забезпечують виробництво, розподіл, обмін і споживання туристичного продукту, в умовах формування, використання та збереження туристичного потенціалу.

Складність конкретизації сфери туризму полягає в тому, що вона тісно

взаємопов'язана з іншими видами економічної діяльності – сільське, лісове та рибне господарство; всі види переробної промисловості; будівництво; постачання електроенергії та газу; водопостачання та каналізація; оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів; транспорт, поштова та кур'єрська діяльність; тимчасове розміщування й організація харчування; інформація та телекомунікації; фінансова та страхова діяльність; професійна, наукова та технічна діяльність; охорона здоров'я тощо беруть участь в задоволенні різноманітного комплексу попиту туристів. У свою чергу, виокремити туристичні складові й окреслити межі сфери туризму є найскладнішим завданням [131, с. 6].

Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що українські науковці В.В. Величко, А.М. Гаврилюк, І.Ф. Карташевська, П.Ф. Коваль, М.М. Маринин, О.А. Мельниченко виділяють такі складові сфери туризму [35; 46; 97; 104; 131; 138]:

- туристичні агенції, оператори;
- оператори туристичних інформаційних систем;
- галузі господарства;
- заклади громадського харчування, розміщення, культури, освіти, науки, розваг, фізкультурно-спортивного, лікувально-оздоровчого, пізнавального, ділового та іншого призначення;
- підприємства зв'язку, торгівлі і транспорту; установи, що надають послуги екскурсоводів, інструкторів, гідів-перекладачів, провідників;
- страхові компанії, банківсько-кредитні установи;
- рекламно-інформаційні, маркетингові, юридично-аудиторські, логістичні, технологічні (обслуговуючі) та проєктні установи; бізнес-центри, лізингові компанії;
- природно-рекреаційні та історико-архітектурні об'єкти;

- підприємства з виробництва сувенірів, туристичного спорядження, специфічних для певної місцевості товарів;
- поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання, телерадіокомпанії;
- органи державної влади, агентства регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми, громадські об'єднання.

Виходячи з вищесказаного безперечним стає той факт, що сфера туризму є, по-перше, складовою національної економіки та, по-друге, впливає на національну економіку на підставі реалізації наступних функцій:

- виробничої, суть якої полягає у наступному. Підприємства сфери туризму покликані задовольнити попит населення на туристичну продукцію та послуги;
- залучають до виробництва нові продуктивні сили, тим самим сприяють підвищенню продуктивності праці й ефективності виробництва туристичних послуг;
- забезпечують відповідність структури виробництва зі структурою споживання, в умовах змін попиту на туристичні послуги, їх види, якість тощо, сприяють підтримці рівноваги між попитом та пропозицією, між виробництвом та споживанням;
- сприяння зайнятості населення регіону. Розвиток сфери туризму сприяє створенню додаткових робочих місць, тим самим забезпечує зайнятість населення регіону;
- створення доходу. Економічна діяльність у сфері туризму, за рахунок податкових надходжень, забезпечує свій вклад у формування національного доходу. Сфера туризму вважається стабільним джерелом податкових надходжень до скарбниці будь-якої держави;
- підвищують рівень життя населення регіону за рахунок

різноманітності та якості виробленої туристичної продукції та послуг, а також за рахунок задоволення зростаючих потреб населення;

– сприяння регіональному розвитку. Сутність функції полягає у тому, що туризм сприяє економічному розвитку регіонів зі слаборозвиненою промисловістю. Розвиток сфери туризму в малонаселених та індустріально слаборозвинених регіонах сприяє нейтралізації таких негативних наслідків, як відтік населення та попереджає обезлюднення сільських територій, збільшує відсоток зайнятого населення, створює умови для підвищення рівня життя населення, залучення туристів забезпечує регіону приплив грошових коштів, розвиває інфраструктуру туризму і, як наслідок, території, сприяє створенню сервісних служб (доріг, транспортної інфраструктури, засобів розміщення, підприємств громадського харчування, інфраструктури для проведення дозвілля тощо).

– нівелювання платіжного балансу країни. Сфера туризму впливає на платіжний баланс країни. Співставлення виїзного то в'їзного потоків туристів, а саме протиставлення обсягу витрат туристів, що виїжджають за кордон, з доходами, отриманими від іноземних туристів, дозволяє розрахувати сальдо за статтею «туризм», яке може бути позитивним або негативним;

– реалізація творчих можливостей і професійних знань людських ресурсів, їх інтелектуального капіталу, що стимулює розвиток інноваційної діяльності у сфері туризму.

Регулювання сфери туризму в Україні відбувається Законами України «Про туризм» та «Про ліцензування видів господарської діяльності», Кабінет Міністрів України затвердив Ліцензійні умови здійснення туроператорської діяльності. Функціонування сфери туризму має відбуватися з дотриманням державних стандартів. Відповідно до Переліку національних стандартів сфери туризму належать «Вимоги до окремих туристичних послуг»: ДСТУ ISO 13687-1:2018

(ISO 13687-1:2017, IDT), ДСТУ ISO 13687-2:2018 (ISO 13687-2:2017, IDT), ДСТУ ISO 13687-3:2018 (ISO 13687-3:2017, IDT) та інші; «Вимоги до засобів розміщення»: ДСТУ 4527:2006, ДСТУ 4268:2003, ДСТУ 4269:2003, ДСТУ ISO/TS 13811:2016 (ISO/TS 13811:2015, IDT); «Вимоги до закладів ресторанного господарства» ДСТУ 4281:2004, ДСТУ 3862-99; «Вимоги до професійної підготовки кадрів» ДСТУ EN 15565:2016 (EN 15565:2008, IDT); «Вимоги щодо туристсько – екскурсійного обслуговування» ДСТУ EN 15700:2014, ГОСТ 28681.3-95, ГОСТ 28681.2-95, ГОСТ 28681.1-95, ГОСТ 28681.0-90 [85].

Доведено, що сфера туризму є елементом системи соціально-економічних відносин суспільства. Сферу туризму можна представити як сукупність різноманітних видів економічної діяльності (від сільського господарства, мисливства та надання пов'язаних із ними послуг – КВЕД ДК 009:2010 секція А розділ 01 до діяльності у сфері спорту, організації відпочинку та розваг секція R розділ 93), які безпосередньо створюють туристичну послугу, та видів соціальної діяльності, які не беруть безпосередньої участі у створенні туристичної послуги, але забезпечують її споживчі вартості.

Досліджуючи процес інноваційного розвитку сфери туризму доцільно встановити сутність поняття «інновація» та «інноваційна діяльність», дослідити процеси їх розвитку та фактори, що на них впливають. У цьому контексті важливим виявляється розгляд такого терміну як «інновації».

Зміст інноваційної діяльності, її характерні ознаки та специфічні особливості відображаються в такому понятті, як інновації, яке вперше з'явилося в кінці XIX століття. Воно розглядалось як елемент проникнення однієї культури в іншу. У сучасній науці під інновацією (англ. Innovation – нововведення, новаторство) розглядається кінцевий результат новаторської діяльності, який втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту (товару, послуг). Іншими словами, мова йде про «запровадження новацій» або «введення новацій» [38].

Розглядаючи сутність поняття інновації з позиції її місця у сфері туризму,

варто звернути увагу на те, що це поняття доцільно розуміти, по-перше, як результат творчого процесу, який базується на досягненнях сучасної науково-технічної діяльності та, по-друге, як процес впровадження інновацій в туристичну діяльність.

Визначення соціально-економічної сутності інновацій можливо за допомогою розкриття їх функцій. До основних функцій інновацій можна віднести наступні [235, с. 402]:

- інновації є джерелом втілення в основні сфери життєдіяльності суспільства здобутків науково-дослідних та науково-технічних досліджень сприяючи інтелектуалізації трудової діяльності людини;
- інновації дозволяють модернізувати або запропонувати новий (унікальний) продукт, поліпшувати його якість, а також задовольнити потреби у цьому продукті кожної окремої людини та суспільства в цілому;
- інновації дозволяють залучати у виробництво нові продуктивні сили, реалізовувати послуги з меншими витратами праці, матеріалів, енергії;
- інновації допомагають збалансувати структуру відтворення до структури споживання, на яку впливає зміна потреб споживача.

З економічного погляду інновація – це підприємницька необхідність, яка усвідомлена через потреби ринку у туристичних послугах [31, с. 179].

Стосовно інновації у сфері туризму будемо розуміти кінцевий результат новаторської діяльності, який впроваджений в туристичний продукт, у вигляді нового або вдосконаленого технологічного процесу та/або нового підходу до надання послуги.

Під інноваційною ідеєю розглядається реально існуюча можливість виробництва оригінальних (унікальних) товарів і послуг або модифікацій вже існуючих товарів і послуг. Стосовно інноваційної ідеї у сфері туризму будемо розуміти можливість створення унікального або модифікованого туристичного

продукту.

Інноваційний проєкт розвитку сфери туризму представляє собою механізм створення і експлуатації економічних та соціальних об'єктів інфраструктури регіонів, суб'єктами організації якого є держава, інвестори, кредитори та підрядники. Метою створення інноваційного проєкту можна вважати побудову об'єктів туристичної інфраструктури, створення унікального або модифікованого туристичного продукту, надання туристичної послуги високої якості, мінімізація або раціональний розподіл ризиків. Елементи інноваційного проєкту взаємопов'язані і взаємодіють між собою [117].

Інноваційний потенціал розвитку сфери туризму представляє собою сукупність рекреаційного, виробничого, інвестиційного, наукового, освітнього, культурного та творчого потенціалу суспільства. Можна вважати, що підґрунтям для розвитку та накопичення такого потенціалу є, перш за все, розвиток наукової та освітньої сфери суспільства, який має пряму залежність від обсягу фінансування науково-дослідних робіт фундаментальних і прикладних досліджень.

Умовами забезпечення інноваційного розвитку сфери туризму є створення відповідної інфраструктури, яка є основним елементом у системі її функціонування. Сукупність економічної, соціальної та науково-технічної діяльності дозволяють створити умови до формування та розвитку інноваційної інфраструктури сфери туризму. З метою забезпечення інноваційного розвитку сфери туризму необхідна наявність спеціалізованих організацій, підприємств, установ та відповідного механізму їх інституціонального регулювання. Інноваційна інфраструктура сфери туризму покликана виконувати наступні завдання: забезпечення конкурентоспроможності туристичних послуг; модернізація сфери туризму; розвиток людських ресурсів, які є зайнятими у цій галузі; розвиток нормативно-правової бази, яка регулює туристичну діяльність; прискорення процесів дифузії інноваційного продукту зі споживачами

туристичних послуг тощо.

До видів інноваційної інфраструктури, яка сприяє розвитку сфери туризму доцільно віднести виробничо-технологічну, яка представлена бізнес-інкубаторами, технопарками, технологічними центрами тощо; фінансову, яка представлена бюджетними, венчурними, страховими та інвестиційними фондами, а також фондовим ринком та іншими фінансовими інститутами; інформаційну, яка покликана забезпечити формування бази даних та доступ до них, а також це різноманітні аналітичні, статистичні, інформаційні та інші центри акумуляції інформації; кадрову – це установи підготовки професійних кадрів, підвищення їх кваліфікації та перепідготовки відповідно до нових інноваційних вимог функціонування сфери туризму; консалтингову – це організації та установи, завданням яких є наданням консультацій усім учасникам, які зайняті в туристичній діяльності з питань інтелектуальної власності, стандартизації та сертифікації [14].

Важливо зазначити, що розглядаючи принципові засади здійснення інноваційної діяльності, доцільно зауважити, що вона здійснюється в майже будь-якій сфері життєдіяльності суспільства. Існування різноманітних підходів до визначення інноваційної діяльності, потребують додаткових досліджень до визначення її сутності. Інноваційна діяльність є своєрідною системою, яку утворює суспільство і суб'єкти цієї діяльності.

Так інноваційну діяльність можна розглядати як комплекс наукових, організаційних, технологічних, фінансових та комерційних заходів, які дозволяють забезпечити процес створення інновацій. Якщо інноваційна діяльність здійснюється у межах окремого підприємства, її доцільно тлумачити як спільну діяльність працівників компанії або підприємства, яка спрямована на створення та впровадження у виробництво нововведень.

На нашу думку, під інноваційною діяльністю у сфері туризму доцільно розуміти послідовний процес проведення заходів з трансформації науково-

технічних задумів, винаходів, оригінальних організаційних та управлінських рішень задля виведення їх на ринок та практичного застосування у створенні оригінального туристичного продукту.

Діяльність можна вважати інноваційною, якщо вона вносить принципово нові знання, технологічні процеси, товари та послуги, прийоми їх виробництва та надання, а також організаційне та управлінське забезпечення цього процесу, що, у свою чергу, сприяє отриманню очікуваного результату [14].

Отже, інноваційна діяльність – це комплекс відповідних заходів з розробки, виробництва, впровадження та освоєння, а також дифузії та комерціалізації нововведень, які об'єднані в один логічний ланцюжок та мають відповідну послідовність. Важливо визначити зміст кожної складової цього ланцюжка, який має власну мету, зміст, завдання, технологічні особливості та свої закономірні умови розвитку. Вся інфраструктура, що забезпечує інноваційну діяльність, а саме фундаментальні та прикладні наукові дослідження, дослідно-конструкторські та технологічні розробки, їх інвестиційне забезпечення, виробничі, організаційні, управлінські та підприємницькі заходи спрямовані на досягнення головної мети – створення нововведення у сфері туризму.

Інноваційна діяльність супроводжується високим ступенем ризику, який виникає як наслідок високого рівня невизначеності результатів впровадження інновацій у туристичну сферу (виробнича складова) та складністю прогнозування сприяння інноваційних туристичних послуг їх споживачами (психологічна складова). Встановлено, що ключовими параметрами у інноваційному розвитку сфери туризму є економічні умови, а найважливішим критерієм здійснення такої діяльності є час.

Виходячи із сутності інноваційної діяльності, можна вважати, що вона поєднує в собі всі види науково-технічних розробок, а саме дослідницькі, інформаційні, технологічні, проєктні, конструкторські та інші види, поєднання яких дозволяє створити унікальний туристичний продукт. Інноваційною

діяльністю з погляду розвитку сфери туризму є діяльність із організації процесу впровадження інновацій. Умовами інноваційної діяльності у сфері туризму виступає наявність інфраструктурних утворень, які представляють складну організаційно-виробничу систему, що полягає у застосуванні схем проєктного фінансування, інструментів державно-приватного партнерства та інжинірингу.

З економічної позиції інноваційна діяльність є забезпеченням економічного розвитку регіону. Підприємець, створюючи новий туристичний продукт, прагне зробити його конкурентним, забезпечити ринковий попит на нього, сформуванати імідж підприємству та отримати максимальний прибуток [93].

Однією з умов економічного та соціального зростання і підвищення рівня та якості життя населення регіону можна вважати інноваційну активність як країни, так і кожного окремого регіону. Інноваційна активність у сфері туризму, залежить, перш за все, від економічного, наукового та технічного потенціалу регіонів, а також інноваційної політики та матеріальних ресурсів країни. На мікрорівні інноваційна активність залежить від вибору конкурентної стратегії, якості управління та ресурсів, щодо забезпечення інноваційної діяльності, готовності персоналу до опанування нових технологій, гнучкості виробничих систем та інших чинників.

Визначення сутності інноваційної діяльності у розвитку сфери туризму дозволило встановити основні підходи її здійснення [225]:

Перший підхід – це забезпечення розвитку туристичної інфраструктури на засаді використання інновацій.

Другий підхід – це створення унікального або модифікованого туристичного продукту на засаді використання інновацій.

За результатами дослідження можна виділити такі напрями інноваційної діяльності у сфері туризму: використання нової техніки і технологій у наданні традиційних туристичних послуг; впровадження нових туристичних послуг з новими властивостями; використання нових туристських ресурсів; зміни в

організації та споживанні туристичних послуг; виявлення і використання нових ринків збуту туристичного продукту. Інноваційна активність, як цілеспрямована діяльність зі створення, освоєння, впровадження та розповсюдження інновацій на ринку туристичних послуг проявляється через такі інноваційні процеси як технологічні, організаційні та управлінські. Дослідженню різних підходів до визначення змісту інноваційного розвитку присвячена велика кількість робіт українських та зарубіжних науковців [14; 93; 103; 225].

На засаді проведеного дослідження зазначимо, що під інноваційним розвитком сфери туризму розуміємо складний процес якісних змін, які є результатом процесу створення, освоєння, впровадження та розповсюдження інновацій, що ґрунтуються на досягненнях науково-дослідницьких та науково-технічних здобутків, результатом якого є задоволення споживачів у туристичних послугах та забезпеченні позитивного фінансового результату суб'єктам туристичної діяльності.

Інноваційний розвиток сфери туризму здійснюється в рамках інноваційної системи країни. У зарубіжній і вітчизняній літературі закріпилися терміни «національна інноваційна система», «регіональна інноваційна система», «інноваційна система організації» [14; 93; 103; 225].

Так національна інноваційна система формується сукупністю державних, громадських та приватних організацій, установ та підприємств, що поєднуються механізмом, який забезпечує їхню взаємодію з метою створення, зберігання та розповсюдження нових знань і технологій. Система взаємозв'язків між наукою, промисловістю і суспільством, сприяє розвитку науково-дослідницької та науково-технічної діяльності. Особливу роль в інноваційному процесі відведено державі, яка здійснює інноваційну політику, метою якої є підтримка високого рівня національної конкурентоспроможності сфери туризму на засаді акумуляції кадрових, фінансових, матеріально-технічних та організаційних ресурсів, необхідних для проведення інноваційних процесів.

Розглядаючи інноваційний розвиток сфери туризму, доцільно навести основні складові її формування. Підсистемами сфери туризму, які забезпечують створення туристичного продукту є засоби розміщення; організація харчування; індустрія дозвілля та розваг; транспортний зв'язок; об'єкти туристичної діяльності (пізнавальний, освітній, медичний, промисловий, спортивний тощо); суб'єкти туристичної діяльності (туроператори, туристичні агентства, організація екскурсій тощо) [152]. Таким чином, функціонування сфери туризму забезпечує комплекс спеціалізованих закладів розміщення, виробничі мережі, заклади громадського та соціального призначення, рекреаційні ресурси тощо.

Варто зазначити, що на думку М. Портера задоволеність споживача отриманою послугою є процесом, який складається зі сприйняття отриманої послуги та її якості. Так задоволеність споживача туристичною послугою буде складатися з двох аспектів [205; 206].

Перший аспект – це задоволеність, яка формується місцем перебування. До цієї складової можна віднести сприйняття первинних об'єктів, а саме історичних пам'яток, архітектурних комплексів, природно-техногенних комплексів, природного ландшафту тощо. Другий аспект – це задоволеність рівнем комфорту та якістю сервісу в засобах розміщення, в закладах харчування, переліком послуг, що надаються тощо.

Розглядаючи механізм інноваційного розвитку сфери туризму доцільно виділити головну та допоміжну компоненти функціонування цієї сфери. Головна компонента представлена послугами, що надаються за місцем перебування клієнта. До цього переліку можна віднести послуги, що надаються засобами розміщення, засобами харчування, індустрією дозвілля та розваг тощо. Метою головної компоненти є надання комплексу послуг, які призначені для задоволення потреб, що стосуються організації побуту, харчування, відпочинку, оздоровлення та розваг клієнтів, які здійснюють подорожі.

Допоміжна компонента представлена послугами, які можна віднести до

супутніх. До переліку супутніх послуг належать транспортні перевезення, торгові мережі міста, де відпочиває клієнт, заклади харчування та індустрії розваг, які не є частиною засобів розміщення, комунальні послуги тощо.

Доцільно виділити три взаємопов'язаних напрями у інноваційному розвитку сфери туризму [92; 93; 148]:

1) інноваційний розвиток галузей економіки, який пов'язаний з інноваціями, що сприяють створенню нового продукту, технологій, послуг тощо, а також забезпечують умови для зростання продуктивності праці та підвищення конкурентоспроможності продукції в секторах економіки;

2) інноваційний розвиток сфери обслуговування, який пов'язаний з інноваціями в організації процесу обслуговування, а також застосування різноманітних систем інформаційного забезпечення тощо;

3) інноваційна діяльність суб'єктів надання туристичних послуг.

Результатом взаємодії цих трьох складових має стати швидке зростання та підвищення якості туристичних послуг, а також розвиток нових технологій на основі інформаційних і комунікаційних технологій, що мають особливе значення для організації туристичної діяльності.

В умовах стрімкого науково-технічного прогресу відбувається й зміна форми надання послуг, що призводить до зміни сутності інновацій у сфері туризму. Загалом ці інноваційні зміни можна визначити як нововведення в наданні традиційних туристичних послуг, організації їх надання, стандарту поведінки обслуговуючого персоналу та інше. Опрацювання наукової літератури за цим напрямом дозволяє виділити декілька підходів до класифікації інновацій у сфері туризму. Вважаємо, що для сфери туризму характерними будуть такі види інновацій:

Інновації в технологію надання послуг (технологічні інновації), до яких належить впровадження нового технологічного процесу, що дозволяє надавати нові та оновлені туристичні послуги.

Сервісні інновації або інновації послуг, метою яких є підвищення споживчої цінності туристичних послуг, зміни в асортименті та вдосконалення їхніх якісних характеристик.

Організаційно-управлінські інновації, сутність яких полягає у впровадженні нових методів управління та прийнятті управлінських рішень, вдосконаленні процесів надання туристичних послуг, а також проведенні діджиталізації у сфері туризму.

Соціально-економічні інновації, метою яких є зміна соціальних, економічних та правових умов функціонування сфери туризму, які сприяють поліпшенню умов праці та підвищенню рівня і якості життя населення.

Фінансові інновації сприяють створенню нових інструментів і технологій залучення інвестицій у сферу туризму.

Як вже наголошувалося, інновації присутні майже в усіх сферах життєдіяльності людини. Отже, інновації доцільно розглядати з погляду їх застосування, масштабів поширення і за характером розвитку сфери туризму [92; 148].

Так за сферою застосування інновації підрозділяються на науково-технічні, організаційно-управлінські, економічні, соціальні тощо.

За масштабами поширення розрізняють глобальні, національні, регіональні, галузеві і локальні (туристичні агентства, компанії тощо) інновації.

За характером розвитку інновації можуть бути еволюційними і радикальними.

Еволюційні нововведення у сфері туризму відбуваються безперервно та можуть розглядатися як наслідки інноваційних перетворень виробничої сфери, а також системи збуту та споживання туристичних послуг. Еволюційні перетворення за рахунок використання інновацій у сфері туризму є процесом, який відбувається в умовах існування платоспроможного попиту та обмежується технологічними можливостями виробництва. Еволюційні інновації можна

класифікувати на інновації-продукти та інновації-процеси.

Інновація – продукт є нововведенням у вигляді унікального або вдосконаленого туристичного продукту.

Інновація – процес визначається як технічне, виробниче, організаційне та управлінське вдосконалення процесу створення туристичного продукту, який забезпечує його конкурентоспроможність на ринку туристичних послуг.

До інновацій, які впливають на процес створення туристичної послуги можна віднести такі види: технологічні, виробничі, економічні, соціальні, правові, організаційні, управлінські та інформаційні.

Наступним підходом до класифікації інновацій може бути реакція споживачів на унікальну або оновлену туристичну послугу – це адаптивна інновація, метою якої є допомога підприємству або компанії пристосуватися до реакції споживачів на нововведення. Псевдо-інновація – вид, який не приводить до зміни споживчих характеристик туристичної продукції.

Також виділяють архітектурні інновації, за допомогою яких відбувається повна заміна існуючих технологій та продуктів на нові.

Радикальні інновації пов'язані з науковими здобутками, відкриттями, винаходами, які не стосуються до суспільних потреб, тобто вони не є реакцією на потреби ринку. Попит на цей вид інновацій є непередбачуваним через відсутність чіткого розуміння галузей їх застосування.

Загальновідомо, що інноваційний процес впровадження інновацій у сфері туризму проходить наступні стадії: розробка інновацій, впровадження нового продукту та його поширення. Практика показує, що основні труднощі виникають на етапі реалізації інноваційного процесу, а саме на стадіях впровадження і поширення. Дослідники виділяють низку причин, які ускладнюють інноваційний процес: висока вартість і тривалий термін їх окупності; нерозвиненість інноваційної інфраструктури в регіонах; нестачу власних коштів у суб'єктів туристичної діяльності підприємств; відсутність фінансової підтримки

інноваційної діяльності з боку держави; недосконалість нормативно-правового забезпечення, що регламентують інноваційну діяльність у сфері туризму; високий рівень ризиків у здійсненні інноваційної діяльності у сфері туризму тощо.

Важливо зазначити, що інновації у сфері туризму проходять свій життєвий цикл, який починається пошуком нових ідей та закінчується їх використанням. Цей період складає повний інноваційний цикл.

Однак, варто відзначити, що в сучасній науці не існує єдиного визначення поняття «життєвий цикл інновацій». На засаді опрацьованих літературних джерел можна виділити два основні підходи до визначення цього поняття, а саме процесний та продуктовий підходи.

Особливості процесного підходу у визначенні етапів життєвого циклу інновацій пов'язані з процесами інноваційної діяльності, що дозволяє деталізувати стадію створення інновацій. У межах цього підходу виділяють наступні сім етапів життєвого циклу інновацій.

Так, перший етап визначається як генерація ідей, що можуть бути використані в інноваційних процесах та які є результатами фундаментальних або прикладних досліджень.

Другий етап науковці вважають етапом фільтрації ідей. Етап, який полягає у визначеності доцільності запропонованої інновації у виробничому організаційному, ринковому сенсах [148]. При цьому, критеріями відбору (фільтрами) можуть бути потенційні прибутковість та ємність ринку, забезпеченість матеріальними та людськими ресурсами, ступінь ризику тощо.

Зміст третього етапу полягає у захисті авторських прав. Ігнорування цієї процедури може нівелювати весь процес створення інновацій.

На четвертому етапі здійснюється оцінка ефективності інноваційного проекту. Зазначені етапи можна поєднати в один інноваційний цикл який визначається як «період створення новації» [132].

П'ятий етап полягає у розробці нового продукту. Особливостями цього етапу можна вважати випробування нового туристичного продукту, його оформлення в товарний знак або торгову марку, проведення пробного маркетингу продукту [132].

Шостий етап – це етап організації серійного виробництва. Однак, важливо зазначити, що цей етап можна застосувати не до всіх інновацій.

На сьомому етапі відбувається комерціалізація інновацій, яка полягає у представленні інноваційної туристичної продукції ринку. Саме споживачі продукції є головними експертами новації.

Сутність процесного підходу полягає у тому, що інновація ототожнюється з інноваційним продуктом. Виходячи з цього підходу до етапів життєвого циклу інновацій відносять ті самі стадії, які характерні для життєвого циклу нового продукту [92]. Етап 1 стосується розробки нового продукту. Етап 2 призначений для виходу продукції на ринок. Етап 3 – завоювання лідерства на ринку. Етап 4 – стабілізація ринку. Етап 5 – зменшення ринку. Етап 6 – падіння ринку.

Варто зазначити, що інноваційний цикл не буде повністю завершеним, якщо він переривається на одному із зазначених етапів життєвого циклу.

Таким чином, у сфері туризму інноваційний цикл починається з моменту виникнення ідеї про створення нового (унікального) туристичного продукту або модернізація вже існуючого, впровадження нової технології або комунікацій. Після формування ідеї нового (унікального) туристичного продукту оцінюються можливості впровадження та реалізації цієї ідеї у сферу туризму. Наступною дією є експериментальна перевірка туристичного продукту, яка полягає у його презентації, пробних продажах, оцінці ймовірного попиту та конкурентоспроможності. Наступний етап присвячений створенню комплексу маркетингу. Заключним етапом інноваційного циклу є активне застосування інноваційного туристичного продукту.

1.2 Концепція чинників інноваційного розвитку сфери туризму регіону

Безперечним є той факт, що стійкий розвиток будь якої держави, і як наслідок, кожного окремого регіону, розглядається як поєднання економічного, соціального та екологічного розвитку на засадах національних, етнічних, культурних, духовних, ментальних, природно-географічних, кліматичних та інших територіальних особливостей.

Перш ніж встановимо чинники, що впливають на формування інноваційного розвитку сфери туризму регіону доцільно зазначити, що сфера туризму формується та розвивається на відповідній території під впливом різноманітних чинників, які відтворюються саме на цьому просторі. Однак і саму сферу туризму доцільно розглядати як чинник, що впливає та змінює соціально-економічний розвиток регіону.

Доведено, що стійкий розвиток забезпечує збалансованість між соціальною, екологічною та виробничою сферами регіону. У свою чергу, результатом дотримання такого балансу є підвищення рівня та якості життєдіяльності регіонального соціуму.

На засаді визначення чинників, які сприяють інноваційному розвитку туризму можна стверджувати, що формування попиту на туристичні послуги посприяло створенню сфери туризму. Самі туристичні послуги стали стандартизованими, а їх виробництво сприяло залученню у сферу туризму майже всіх галузей економіки регіону [74].

Доведено, що формування та розвиток сфери туризму регіону відбувається під впливом комплексу чинників, таких як інституційний, економічний, соціальний, науково-технічний, демографічний, політичний, міжнародний, природно-географічний, туристично-рекреаційний, екологічний, кліматичний та інфраструктурний (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Класифікація чинників формування інноваційного розвитку сфери туризму регіону.

Джерело: побудовано автором на основі [74]

Під зовнішніми чинниками впливу формування інноваційного розвитку сфери туризму регіону потрібно розуміти сукупність зовнішніх умов, вплив яких створює умови її функціонування та розвитку. Чинники зовнішнього середовища можна описати як сукупність процесів та явищ, які формують умови функціонування, розвитку та обмеження сфери туризму. Зовнішні чинники здійснюють вплив на сферу туризм регіону за допомогою важелів, що створюються на макрорівні. Наприклад, це можуть бути ставки оподаткування туристичної діяльності, закони та нормативно-правові акти, що її регулюють

тощо. Саме ці важелі можуть використовуватися державою для стимулювання тих процесів у сфері туризму, які є пріоритетними у відповідності до стратегії її розвитку.

Під внутрішніми чинниками впливу на формування інноваційного розвитку сфери туризму регіону треба розуміти сукупність внутрішніх умов, які виникають в процесі функціонування просторової соціально-економічної системи території. Внутрішні чинники мають неоднакову вагу впливу на різноманітні складові сфери туризму. Так природно-географічні та рекреаційні чинники є складовою сфери туризму, але володіють певною незалежністю від неї, забезпечуючи тим самим умови функціонування та розвитку цієї сфери, стимулюючи або стримуючи цей процес.

Досліджуючи чинники формування інноваційного розвитку сфери туризму регіону доцільно зазначити, що як зовнішні та і внутрішні чинники можуть мати екстенсивний або інтенсивний характер впливу на її розвиток. Так екстенсивний характер впливу на сферу туризму відбувається за рахунок збільшення факторів виробництва туристичних послуг, а саме, за рахунок залучення додаткових ресурсів – праці, землі, капіталу. Варто зазначити, що за цих умов змін у технології надання послуг не відбувається, виробнича база залишається незмінною.

Інтенсивний характер впливу на інноваційний розвиток сфери туризму полягає у підвищенні рівня кваліфікації зайнятого у цій сфері персоналу, удосконалення професійно-кваліфікаційної структури; оновлення матеріальної бази на основі інновацій; впровадження програм підвищення якості та культури обслуговування; раціонального використання матеріальних ресурсів, інфраструктури тощо.

Внутрішні чинники, що впливають на інноваційний розвиток туризму, можна умовно розподілити на дві групи, які будуть представлені статичними та динамічними умовами. Статичні чинники виражатимуть сукупність природно-

географічного, туристично-рекреаційного, екологічного і кліматичного (сезонного) чинників та які мають незмінне значення (умови) в часі. До динамічних віднесемо чинники, які знаходяться під впливом на них руху та часу, тобто вони змінюються в умовах просторового розвитку.

Серед зовнішніх чинників, що впливають на інноваційний розвиток сфери туризму, доцільно віднести один із найвпливовіших чинників, яким є інституційний. Інституційний, в перекладі з латини «institutio» – означає настанови, вказівки. Інституційний чинник пов'язаний з управлінням, регулюванням сфери туризму, а також економічних, соціальних та суспільних відносин, що виникають в процесі її функціонування. Інституційний чинник передбачає створення різноманітних установ (організацій), метою яких є регулювання взаємовідносин між суб'єктами господарювання.

Із погляду впливу інституційного чинника на інноваційний розвиток сфери туризму, до складових цього фактору слід віднести правовий та економічний.

Вплив правового чинника визначається у тому, що держава, втручаючись у регулювання інноваційного розвитку сфери туризму, створює правову систему її функціонування. Система правового регулювання сфери туризму складається з наступних елементів: право як сукупність норм, що запроваджуються та гарантуються державою; нормативні акти, як форма законодавчого закріплення норм; установи, на які покладена місія реалізації правової політики держави; юридична практика [24].

Правове забезпечення та регулювання інноваційного розвитку сфери туризму здійснюється на основі міжнародних і національних норм права, які закріплені у національному законодавстві та міжнародних угодах. Крім цього, важливою подією у правовому забезпеченні туризму стало створення в 1975 році Всесвітньої туристичної організації, штаб якої знаходиться в Мадриді, головною метою якої стало спрощення туристичних формальностей, тобто подальша інтеграція простору. Основними завданнями цієї організації стало забезпечення

співробітництва між країнами у сфері туризму; створення та розвиток кадрового потенціалу туризму; аналітична діяльність у сфері туризму. Важлива увага з боку цієї організації приділяється питанням охорони навколишнього середовища [24].

Правове регулювання сфери туризму в Україні є інструментом реалізації державної політики, яка демонструє вплив держави щодо інноваційного розвитку сфери туризму, форм надання туристичних послуг, підготовки кадрового потенціалу для цієї сфери та інше, кінцевою метою якого є економічний та соціальний розвиток держави.

Варто зазначити, що міжнародно-правові акти та угоди створюють підґрунтя розвитку сфери туризму. У Загальній декларації прав людини, яка прийнята і проголошена Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй 10 грудня 1948 року закріплює право кожної людини на відпочинок і вільний час. Манільська декларація світовому туризму, що прийнята всесвітньою конференцією по туризму 10 жовтня 1980 році, відносить до одного з важливих критеріїв розвитку людини право на відпочинок, свободу подорожей та туризм.

Більшість чинних норм, що регулюють відносини у сфері туризму, мають цивільно-правовий характер, які не суперечать цивільному законодавству України, а також Конституції України. Нормативною базою регулювання інноваційного розвитку сфери туризму є Конституція України, Цивільний та Господарський кодекси України, Закони України «Про туризм», «Про курорти», «Про міжнародні договори України», «Про ліцензування видів господарської діяльності» та «Про страхування» [83; 85; 86; 112; 207].

До нормативно-правових актів відноситься й Державна цільова соціальна програма розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 роках, яка затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 29 червня 2011 року; Інструкція про порядок оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання, що затверджена наказом Державної туристичної адміністрації України від 6 червня 2005 року; Ліцензійні умови

провадження туроператорської діяльності, затверджено наказом Міністерства інфраструктури України від 10 липня 2013 року; Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 року; Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджено наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 року; Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 року «Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 року [230].

Закон України «Про туризм», який прийнятий 15 вересня 1995 року, представляє основний нормативно-правовий акт, що становить основу правового регулювання туристичної діяльності в Україні. У законі закріплені такі поняття як турист, туристичний продукт, супутні туристичні послуги та товари, просування туристичного продукту та інші названі організаційні форми та види туризму. Також зазначений закон розглядає основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму, також визначені основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму [86].

Обґрунтування впливу економічного чинника на інноваційний розвиток сфери туризму полягає у філософському осмисленні феномену туризму. Сфера туризму, як зазначалося у параграфі 1.1, в останні роки стрімко розвивається. Сфера туризму залучає місцеві природно-рекреаційні, виробничі, комунальні, людські та інші ресурси, а також охоплює усі складові суспільного життя населення регіону і тим самим впливає на процеси його відтворення. Отже, можна стверджувати, що сприяння успішному розвитку сфери туризму створює умови для соціально-економічного розвитку регіону.

Вплив економічних чинників на сферу туризму обумовлено тим, що між тенденціями розвитку туризму та економіки існує тісний взаємозв'язок. Важливо звернути увагу на існування кореляційного зв'язку між економічним розвитком держави та рівнем доходів її населення, що, у свою чергу, впливає на формування

та розвиток сфери туризму. До економічних чинників доцільно віднести рівень інфляції, коливання обмінних курсів валют тощо, що суттєво впливає на обсяг туристичних потоків між країнами. Отже, економічна ситуація в країні обумовлює рівень доходів та купівельну спроможність населення, рівень і якість життя населення, рівень безробіття та зайнятості, інвестиційну привабливість регіону, економічну свободу бізнесу та інші економічні фактори. Економічний чинник впливає на формування та функціонування регіонального ринку праці, на рівень заробітної плати, формування попиту на туристичні продукти тощо.

Зазначимо, що сфера туризму створює суттєвий вплив на розвиток економіки регіону, впливає майже на всі складові життєдіяльності регіонального соціуму, створює умови для залучення валютних надходжень у країну та регіон, сприяє створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури тощо. Так для створення умов інноваційного розвитку сфери туризму та отримання максимальної вигоди (максимального прибутку) кожна країна розробляє відповідну політику, яка є складовою соціально-економічної політики держави та кожного окремого регіону.

Науковцями доведено, що на стадіях підйому та піку економічних циклів спостерігається зростання економіки, а також і сфери туризму. І навпаки, стадія спаду і депресії характеризується як зниження основних економічних показників туристичної діяльності. Зазначимо, що розвиток туристичної діяльності відбувається в основному за рахунок споживачів туристичного продукту. В умовах спаду і депресії економіки зменшується рівень доходів споживачів, а отже зменшується попит у сфері туризму, а також знижується інвестиційна привабливість сфери туризму. Високий рівень доходів передбачає збільшення споживання туристичного продукту.

Сучасні науковці відзначають кількісний та якісний вплив сфери туризму на економіку регіону, який виявляється через таке економічне явище як «ефект мультиплікатора». Так перебування туриста на відповідній території в дестинації

(в основних зонах концентрації туристичних потоків) приносять дохід як самій сфері туризму так і регіону, що відтворює наступний ланцюжок «витрати – дохід – витрати». Також за рахунок розвитку сфери туризму відбувається диверсифікація структури зайнятого населення та створюються нові можливості для підприємницької діяльності. Розвиваючись, сфера туризму створює нові робочі місця, тим самим формує попит на робочу силу і в результаті забезпечує мешканців регіону робочими місцями та стабільною заробітною платою.

Соціальний чинник впливу на інноваційний розвиток сфери туризму полягає в створенні умов, які можна характеризувати як потреби та інтереси суспільства.

До соціальних чинників розвитку сфери туризму доцільно віднести:

1. Підвищення рівня та якості життя населення. Рівень життя населення є показником, який у сучасній науці має декілька найменувань – рівень добробуту або рівень споживання, що відображає рівень задоволення населення матеріальними та духовними потребами. Важливо зазначити, що рівень життя регіонального соціуму базується на обсязі реальних доходів на душу населення.

2. Якість життя регіонального соціуму – це показник, який покликаний характеризувати всі сфери його життєдіяльності. Показник якості життя населення застосовується Організацією Об'єднаних Націй як один з найважливіших показників для порівняння умов життєдіяльності людини між країнами світу. Якість життя населення є індикатором, який базується на аналізі:

- соціально-демографічних показників: ймовірна очікувана тривалість життя при народженні, рівень суспільного здоров'я, рівні народжуваності та смертності;

- показників економічної активності населення: рівні безробіття та зайнятості населення, рівні міграції та її причини;

- показників соціальної напруженості: наявність військових конфліктів

та проведення бойових дій, питома вага тіньового сектору економіки у ВВП, рівень злочинності;

- показників розвитку соціальної сфери: питома вага витрат на освіту, науку, охорону здоров'я та культуру у ВВП, чисельність учнів і студентів та інше;
- екологічних показників: обсяг шкідливих речовин у атмосфері, ґрунті, воді, питома вага витрат на екологію у ВВП тощо.

3. Скорочення робочого часу. Скорочення робочого збільшує обсяг вільного часу.

Вільний час або дозвілля є категорією, яка характеризує одну із найважливіших сфер життєдіяльності регіонального соціуму. Вільний час є часом, що залишається у людини (соціуму) після виконання професійних обов'язків за вирахуванням витрат, пов'язаних із часом витраченим на дорогу до місця роботи, веденням домашнього господарства, доглядом за дітьми та іншими обов'язковими заняттями.

Доцільно звернути увагу на те, що обсяг вільного часу залежить від тривалості робочого часу, у тому числі включаючи понаднормову працю, метою якої є додатковий заробіток. У країнах з низьким рівнем оплати праці в пошуках додаткового доходу людина жертвує вільним часом, тим самим скорочує час відпочинку. Збільшення тривалості вільного часу населення в поєднанні з підвищенням рівня та якості життя населення означає збільшення потенційних туристів. Таким чином, можна відзначити пряму залежність середнього рівня доходів населення країни та тривалості вільного часу до туристичної активності.

До соціальних факторів розвитку сфери туризму доцільно віднести й підвищення рівня освіти, культури, збільшення естетичних потреб людини. Проведені наукові дослідження дозволяють стверджувати, що індивіди, що мають вищу освіту та високий рівень культури використовують свій вільний час для пізнання світу та розширення свого світогляду за допомогою туризму.

Важливою ознакою з точки зору розвитку туризму є підвищення

інтенсивності праці працівників, що сприяло скороченню робочого часу і тим самим створювало підґрунтя для збільшення вільного часу.

У сучасному суспільстві прийнято виділяти дві функції вільного часу: функцію регенерації, відтворення працездатності людини та функцію духовного та фізичного збагачення, розвитку індивіда. Саме функція духовного та фізичного збагачення за рахунок збільшення відповідного обсягу вільного часу й сприяє розвитку різноманітних видів туризму.

Трансформація свідомості суспільства. Трансформація в системі матеріальних цінностей споживача призвела до змін пріоритетів між матеріальними та духовними благами на користь останніх, наслідки яких виявились у зміні ролі та місця туризму в структурі споживання. Отже, туризм стає найважливішою потребою соціуму. Змінюється і структура туристських потреб, яка розширює свої межі від засобу відтворення працездатності людини до потреб індивіда в реалізації задоволення своїх інтелектуальних запитів. Отже, зміна структури споживання і переміщення пріоритетів від матеріального накопичення до духовного збагачення, призвели до нової хвилі розвитку туризму.

Таким чином, збільшення тривалості вільного часу населення у поєднанні з підвищенням рівня та якості життя населення регіону означає залучення нових туристів, що, у свою чергу, збільшує обсяг споживання туристичного продукту; а також збільшує обсяг споживання супутніх товарів та послуг; розвиток сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти та культури людини тощо.

Одним із найважливіших чинників інноваційного розвитку сфери туризму є науково-технічний, який є результатом фундаментальних та прикладних наукових досліджень і розробок, які спрямовані на пізнання законів природи і суспільства та є основою створення нових технологій та удосконалення вже наявних.

Слід зазначити, що науково-технічна сфера є важливим елементом

зовнішнього середовища. До основних показників, які характеризують ступінь розвитку науково-технічної сфери можна віднести такі: вартість основних виробничих фондів, яка припадає на одного вченого, витрати на виконання наукових досліджень, кількість наукових установ, рівень автоматизації виробництва, показники зносу основних виробничих фондів у галузях економіки тощо.

Вплив цього чинника відбувається в умовах стрімкого розвитку наукової сфери. Це обумовлено такими обставинами: по-перше, ефективність суспільного виробництва залежить від науково-технічного прогресу, який є результатом розвитку науки. По-друге, такий показник як продуктивність праці, який відображає міру результативності, тобто ефективності праці людини, значною мірою залежить від впливу науки на виробництво через нову технологію та техніку, організацію та управління виробництва. По-третє, розширене відтворення в умовах інформаційного суспільства забезпечується досягненнями науки. Таким чином, інноваційний розвиток сфери туризму залежить від того, наскільки тісно склалися зв'язки в цьому ланцюжку «наука – техніка та технологія – виробництво – збут». Отже, «наука є рушійною силою суспільства».

Результати науково-технічного прогресу в науці, освіті, техніці та технологіях суттєво впливають на інноваційний розвиток сфери туризму, розширюючи можливості для виробництва нових видів туристичних продуктів, умов їх збуту та удосконалення процесу надання туристичних послуг та обслуговування клієнтів.

Науково-технічний чинник впливає на структуру управління у сфері туризму. Так застосування науково-обґрунтованого інноваційного підходу в управлінні сферою туризму дозволяє сформувати або удосконалити його структуру. Використання сучасних інформаційних технологій дозволяє, по-перше, ефективно впливати на організацію обліку товарно-матеріальних цінностей, фінансових потоків, вести облік клієнтів, нараховувати заробітну

плату працівникам тощо та, по-друге, це стосується організації роботи з клієнтами: організувати розрахунки, надавати необхідну інформацію, спростити процес комунікацій тощо.

Інноваційний розвиток сфери туризму створює умови для впровадження принципу раціональності в організації виробничих систем. Принцип, сутність якого полягає у раціоналізації виробничих структур і процесів на засадах інноваційного розвитку, який сприяє підвищенню конкурентоспроможності сфери туризму регіону. Таким чином, науково-обґрунтований інноваційний підхід в системі управління у сфері туризму, дозволяє не тільки активізувати внутрішні резерви, а також і підвищити конкурентоспроможність туристичного продукту, розширити сегмент ринку та забезпечити йому ринкові позиції.

Науково-технічний чинник вирішує питання складності праці у сфері туризму, створює умови для її полегшення та надає їй творчого наповнення.

Науково-технічний чинник сприяє задоволенню нових потреб клієнтів у сфері туризму. Так виникнення нових потреб та неможливість їх задоволення у сфері туризму регіону знижує конкурентоспроможність галузі та навпаки, при можливості їх задоволення забезпечує відповідний рівень конкурентоспроможності сфери туризму. Отже, інноваційний розвиток сфери туризму створює умови для появи нового туристичного продукту, що сприяє залученню нових потенційних споживачів та сегментів ринку, зростанню диверсифікації туристичного продукту в туристичному просторі тощо.

Таким чином, становлення інформаційного суспільства, засадами якого є інформаційні технології, що є основою розвитку економіки будь-якого регіону, дозволяють стверджувати про наявність кореляційного зв'язку між інвестиціями в технології та продуктивністю їх впровадження у сферу туризму. Інформаційні технології стають підґрунтям для інноваційного розвитку сфери туризму. За цих умов сфера туризму регіону збільшує рівень своєї конкурентоспроможності. Процес інноваційного оновлення виробництва туристичного продукту, що

відбувається на засадах принципу раціональності, дозволяє задовольнити вимоги споживачів, запропоновуючи якісну продукцію за низькою ціною.

Впровадження та використання інформаційних технологій у сферу туризму дозволяє удосконалити організацію контролю якості туристичного продукту та роботи персоналу, а також створити інформаційну систему з метою збору, накопичення, обробки та поширення інформації, яка є необхідною у прийнятті управлінських рішень задля організації, планування, управління та контролю, а також координації дій при виробництві туристичних послуг.

Демографічний чинник інноваційного розвитку сфери туризму стосується наявної та постійної чисельності населення, його розселення, структури за віковими групами та статтю, а також природного приросту (скорочення) населення; професійно-кваліфікаційної структури тощо.

Під розселенням населення у демографії розуміють процес його розподілу та перерозподілу по території регіону. Також під цим поняттям визначають його результат, а саме мережу поселень – населених пунктів, та розподіл населення на міське та сільське. Процес розселення населення характеризується такими показниками як щільність населення, яка дає уявлення про освоєність території; інтенсивність ведення господарської діяльності; регіональну територіальну структуру. Щільність населення є показником, який віддзеркалює процес еволюції людини, історичного розвитку території регіону, а також рівня соціально-економічного розвитку та природно-географічного середовища [201].

Визначаючи демографічні умови інноваційного розвитку сфери туризму, важливим є розподіл на міське і сільське населення, що дозволяє визначити рівень урбанізації регіону, а також дослідити поширення міського способу життя на сільську місцевість. Українські вчені вважають, що стрімке знелюднення сільських територій, що відбувається останнім часом, створює негативний вплив на соціально-економічний розвиток регіону [229].

Збільшення чисельності населення регіону та підвищення його якості

життя має прямий вплив на збільшення потоків туристів. Простежується тенденція зміни туристичної мобільності населення, яка залежить від віку, статі та сімейного стану. До системи демографічних чинників, відноситься також й урбанізація.

Урбанізація як чинник, що впливає на розвиток туризму, полягає в тому, що у сучасної людини виникає потреба відпочинку за межами міста, вона викликана перевантаженнями на роботі й нервовою напругою. З цією метою витрачається не тільки час, що припадає на відпустку, але й будь-яка можливість подорожувати у вихідні дні або «тривалі» вихідні дні.

Таким чином, можна зазначити, що вплив демографічних чинників на розвиток сфери туризму має різні форми прояву. На засаді опрацювання наукової літератури можна стверджувати, що для розвинених країн світу однією з основних проблем розвитку цієї сфери є старіння населення, показник, який відбиває навантаження осіб старших вікових груп на працездатне населення регіону.

Відносно впливу політичного чинника на розвиток сфери туризму, зазначимо, що політичні обставини в країні та окремих регіонах; політика відкритих кордонів; наявність адміністративного контролю у сфері туризму тощо, впливає на туристичну активність соціуму. Політичну кризу та нестабільність, милітаризацію економіки, посилення туристських обмежень тощо можна розглядати як наслідки державної політики. Таким чином, можна стверджувати, що загрозу розвитку сфери туризму представляють військові конфлікти, тероризм, конфлікти на національному ґрунті тощо. Також важливою є політика держави у сфері міждержавних і міжурядових угод у сфері туризму та інших міжнародних договорів.

Політичні умови розвитку сфери туризму залежать від цілей і завдань чинного уряду. Проводячи наявну соціально-економічну політику, держава може впливати на сприяння або стримування підприємницької активності у сфері

туризму. Політична ситуація (політичні умови) впливають на формування інших чинників таких як інституційні, економічні, соціальні, екологічні тощо.

Міжнародний чинник інноваційного розвитку сфери туризму пов'язаний з процесами глобалізації, які відбуваються у сучасному суспільстві. Вважається, що глобалізація є неминучим явищем в сучасному суспільстві. За останні десятиліття відбулося прискорення темпів глобальної інтеграції. Приводом для цього послужили досягнення в таких сферах, як наука, інформаційні технології, засоби зв'язку тощо. У глобальному суспільстві міжнародний туризм стає основою життя для більшості країн світу [246].

Міжнародний чинник доцільно розглядати як сферу міжкультурних відносин, як спосіб спілкування людей з різною культурою, релігією, ментальністю, національними традиціями, умовами життя, кулінарними традиціями тощо. Метою міжнародного співробітництва у сфері туризму є просування туристичного продукту на світовому ринку. Інноваційний розвиток сфери туризму передбачає активізацію та впровадження нових форм співробітництва держав, суспільних організацій, туристичних підприємств тощо. Своєю чергою, це сприяло виникненню економічних, соціальних та культурних відносин між державами у сфері міжнародного туризму.

Для розвитку міжнародного туризму необхідні наступні умови: мирне співіснування країн та підтримка туризму. Міжнародні туристичні зв'язки можна розглядати як форму міжнародних відносин, які впливають на державну міжнародну політику. Таким чином, туризм є потенціалом впливу на міжнародний імідж держави, на його зовнішню політику.

Природно-географічний чинник, який належить до внутрішніх чинників інноваційного розвитку сфери туризму, визначає територію та її мешканців, які є носіями місцевої культури, традицій, етносу тощо, та які є залученими до процесу надання туристичних послуг.

Безперечним є той факт, що виробництво туристичного продукту та його

споживання здійснюється на конкретній території. Отже, можна стверджувати, що відбувається локальне поєднання території, як природного ресурсу з виробництвом туристичних послуг та постійним населенням. Отже, доцільно визначити сутність такого поняття як природно-географічне середовище.

Природно-географічний чинник (природно-географічне середовище) є фундаментом життєдіяльності населення регіону. Воно зумовлює види економічної діяльності території, у тому числі сфери туризму, розвиток яких забезпечує якість і рівень життя її мешканців, розміщення виробництва і галузеву спеціалізацію, а також розподіл і спеціалізацію праці. Зазначимо, що природно-географічне середовище можна розглядати як специфічний ресурс, який є неодмінною складовою частиною сукупного потенціалу території. Природно-географічне середовище поєднує складові антропогенного й природного середовища, а також воно виступає як необхідний елемент існування суспільства [42, с. 144].

Природно-географічний чинник визначає природні умови, в яких функціонує сфера туризму та здійснюється туристична діяльність та які враховуються при виборі місця відпочинку та розробки туристичних маршрутів. Цей чинник обумовлює особливості географічного місця розташування регіону (території) і задовольняє попит споживача на туристичні продукти. Кожне природно-географічне середовище відповідно до кліматичних умов і наявних ресурсів використовувалося для задоволення потреб суспільства, і, як наслідок, певних видів економічної діяльності.

Доведено, що природно-географічне середовище обмежує природні кордони території та формує його конфігурацію, а також визначає основні особливості суспільства, які формуються під впливом місцевих національних традицій, релігії, етносу, звичаїв, культури, ментальності, клімату тощо.

Туристично-рекреаційний чинник інноваційного розвитку сфери туризму сприяє формуванню комплексу туристичних підприємств, що створюються та

функціонують для задоволення потреб туристів, які сконцентровані на території регіону та володіють певними ресурсами, які забезпечені відповідною туристською інфраструктурою. Туристично-рекреаційний комплекс має складну структуру, що обумовлено поєднанням виробничої та невиробничої складової сфери туризму.

Туристично-рекреаційний чинник створює умови для виконання сферою туризму багатьох функцій, основними з яких є організація відпочинку, лікування та розваг. Формування регіональних туристично-рекреаційних комплексів є дієвим інструментом розв'язання проблем інноваційного розвитку сфери туризму, а також і розвитку територій. Від того, наскільки ефективно відбувається розвиток туристично-рекреаційного комплексу залежить рівень соціального й економічного розвитку регіону, рівень та якість життя його мешканців, підвищується конкурентоспроможність регіонального туристичного продукту тощо.

Туристично-рекреаційний комплекс складається із [246]:

- курортно-рекреаційних систем, до яких відносяться курортні та рекреаційні райони та зони відпочинку в межах території регіону. У різних територіальних ареалах можуть формуватися як курортні, так і рекреаційні або змішані райони. Географічно вони можуть бути розташовані по узбережжю морів та долинах річок, в гірських, лісових, степових зонах тощо;
- локальних курортно-рекреаційних систем, до яких відносяться курорти та групи курортних комплексів, зони відпочинку, природні парки тощо;
- первинні курортно-рекреаційні системи, до яких відносяться групи рекреаційних установ, лісопарки, гідропарки, лугопарки, рекреаційні заказники природи тощо;
- елементарні курортно-рекреаційні системи, до яких відносяться парки, пляжі, сектори лісопарки та гідропарки тощо, а також об'єкти культурно-

побутового призначення (торговельні центри, дитячі заклади освіти, культурно-дозвільні центри, лікувальні та комунально-побутові заклади та інше).

Формування курортно-рекреаційних систем здійснюється в межах курортно-рекреаційних утворень регіону, але стосується й інших містобудівних утворень – виробничих та житлових.

Можливості формування туристично-рекреаційних комплексів залежать від чисельності населення та характеру його розселення, рівня розвитку транспортної інфраструктури, яка визначає доступність туриста до місця відпочинку, та елементів виробничої інфраструктури. У ролі ресурсів туристично-рекреаційних комплексів виступає соціально-економічне середовище регіону або об'єкти рекреації.

Екологічний чинник інноваційного розвитку сфери туризму здійснює на туризм безпосередній вплив, оскільки навколишнє середовище є основою туристської діяльності, а також його потенціалом. Слід зазначити, що природні явища призводять як до активізації, так і до спаду туристичної активності в регіоні.

Можна виділити три основні ознаки взаємозв'язку туризму з природним середовищем, які зводяться до наступного [249].

По-перше, необхідною умовою формування та розвитку сфери туризму є навколишнє природне середовище.

По-друге, туристична діяльність може заподіяти негативний вплив на навколишнє середовище.

По-третє, туристична діяльність сприяє збереженню навколишнього середовища.

Екологічний чинник розвитку сфери туризму може сприяти як збільшенню туристичної активності на відповідній території, так і навпаки, стримувати її. Так прикладом стримувального впливу екологічного чинника на розвиток сфери туризму можуть бути території із радіоактивним, хімічним та іншими видами

забруднень.

Особливе місце серед чинників, що впливають на інноваційний розвиток сфери туризму робить кліматичний (сезонний) чинник. Зазначимо, що під кліматичним (сезонним) чинником доцільно розуміти властивість туристичних потоків концентруватися в певних періодах (місяцях) протягом певного періоду часу.

Кліматичні умови регіону можуть мати істотний вплив на формування туристичних потоків. Так деякі види туризму, які мають свою специфічну ознаку можуть існувати тільки у відповідному природному середовищі. Прикладами сезонного туризму може бути відпочинок на морі або гірськолижний, парусні регати тощо. Отже, досить значна частина відпочинку відбувається тільки при наявності певних погодних умов, тобто залежить від пори року – сезонності та клімату.

Під кліматом розуміємо багаторічний режим погоди, характерний для даної території (регіону). Сезонність представляється у вигляді динамічних коливальних процесів, які визначають періоди зростання і спаду різного роду економічних явищ і процесів [37]. Сфера туризму, одна із галузей економіки, яка найбільшою мірою залежить від чинника сезонності, оскільки безпосередньо залежить від зміни кліматичних умов протягом календарного року.

Таким чином зазначимо, що можливості виробництва та споживання певного виду туристичного продукту в межах туристичних дестинацій є обмеженими сезонними кліматичними умовами.

Наявні обмеження можна схарактеризувати такими ознаками [154]:

- існування туристичного сезону, який характеризується найбільшою туристичною активністю протягом року;
- туристичній дестинації може бути притаманні декілька туристських сезонів;

- сезонні коливання можуть трансформуватися у часі в залежності від виду туристичного продукту;
- сезонні коливання можуть відбуватися не тільки від кліматичних умов, а й, наприклад, державних та релігійних свят тощо;
- пікова активність, тобто часовий проміжок, який виявляється найбільш сприятливим з точки зору кліматичних і сезонних чинників для організації туристських поїздок. Так залежно від видів туризму, пік може припадати на різні пори року;
- висока активність – період, який визначається тимчасовим підвищенням тарифів на різні туристичні продукти (міжнародні події, релігійні свята тощо);
- низька активність – період, який визначається як часовий проміжок з найнижчим попитом на туристичні продукти. Особливістю є зниження тарифів на туристичні продукти та вагомі знижки;
- мертва активність – період, який визначається неможливістю туристської дестинації через об'єктивні природні причини (наприклад, цунамі, землетрус тощо).

Таким чином, на засаді проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що кліматичний (сезонний) чинник можна вважати домінантною умовою при формуванні попиту на туристичний продукт. При цьому варто зазначити, що така ознака характерна для певних видів туризму, які є залежними від сезонності.

До чинників, що сприяють розвитку сфери туризму доцільно віднести інфраструктурний. Розвиток сфери туризму заохочує розвиток транспортної, побутової, сервісної, торговельно-розважальної, комунікаційної та інших видів інфраструктури, це обумовлене світовою конкуренцією і постійною зміною стандартів у сфері виробництва туристичних послуг.

Створенням сприятливих інфраструктурних умов країна забезпечує

конкурентоспроможність сфери туризму на міжнародному рівні та сприяє його розвитку у цілому.

В сучасній науковій літературі існують два підходи до визначення сутності та змісту поняття інфраструктура – галузевий та функціональний. При першому підході, галузевому, «інфраструктура визначається як сукупність галузей, що забезпечують загальні умови суспільного відтворення». Другий, функціональний підхід, дозволяє розглядати інфраструктуру як «сукупність організаційних, виробничих, соціальних функцій» [36, с. 73]. Отже, під інфраструктурою (з латини *Infra* – нижче, під і *structura* – будова, розташування, пристрій) розуміється конгломерат самостійних суб'єктів господарювання, що об'єднані з метою надання туристичних послуг та які мають свої окремі виробничі завдання.

Зазначимо, що в центрі інфраструктури сфери туризму знаходиться людина, отже, вся сукупність комерційних і некомерційних інституційних структур, а також ресурсний потенціал, у своїй взаємодії створюють умови для виробництва туристичного продукту. Враховуючи особливості сучасної сфери туризму до складу структури інфраструктури доцільно включати матеріальні та нематеріальні об'єкти. Особливе місце серед нематеріальної інфраструктури сфери туризму займає культурна спадщина, яка виступає основним туристським ресурсом для відповідних видів туризму, є об'єктом показу та чинником туристичної привабливості [152].

Доведено, що туризму притаманні безліч різноманітних видів та туристичних продуктів, для реалізації яких потрібні різні складові інфраструктури. У зв'язку з цим доцільно склад інфраструктури туризму розглядати через її поділ на загальну та специфічну інфраструктури. До загальної інфраструктури відносяться окремі підсистеми, які мають свою мету та завдання функціонування, до яких віднесемо інституціональну, соціальну, екологічну, виробничу, транспортну та інші види. Загальна інфраструктура становить сукупність організацій, установ та підприємств та інше, призначення яких є

обслуговування сфери туризму. Загальна інфраструктура забезпечує виробництво основного туристичного продукту, характерною ознакою якого є загальні споживчі властивості.

Для забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту необхідно надати йому унікальних властивостей, які створюють додаткову привабливість. Отже, для організації виробництва цього продукту необхідна особлива (спеціалізована) інфраструктура, яка враховує всі технологічні особливості його виробництва. Специфічна інфраструктура включає ті складові, які є необхідними саме для забезпечення сфери туризму. До специфічної інфраструктури відносяться й різноманітні туристичні ресурси, які є базою для створення туристичного продукту, забезпечують її туристичну привабливість та сприяють активізації туристичної дестинації [144].

Функціонування та розвиток окремих видів туризму потребує особливого складу інфраструктури, яку можна поділити на загальну та специфічну. Забезпечення основних потреб сфери туризму не залежно від виду туризму відбувається на засаді загальної інфраструктури. Специфічна інфраструктура, яка є характерною саме для певного виду туризму, необхідна для реалізації окремого (специфічного) туристичного продукту. Своєю чергою, специфічну інфраструктуру пропонують поділяти на типову та унікальну. Метою створення типової інфраструктури є забезпечення виробництва туристичного продукту для однорідних видів туризму.

До унікальної туристичної інфраструктури, яка сприяє залученню нематеріальної культурної спадщини в туристичну дестинацію, слід віднести об'єкти нематеріальної спадщини. Поєднання туризму з нематеріальною культурною спадщиною потребує виробництва унікального туристичного продукту для організації якого і створюється відповідна (унікальна) інфраструктура.

Як вже наголошувалося під інфраструктурою розуміється конгломерат

самостійних суб'єктів господарювання. На засаді цього поєднання виділяють окремі складові інфраструктури сфери туризму. Так однією із головних та найбільш проблемних для сфери туризму України є транспортна інфраструктура.

Становлення транспортної інфраструктури відбувається на тлі стрімкого розвитку автомобільного, швидкісного залізничного та авіаційного транспорту, засобів комунікації та інформаційних технологій які сприяють прискоренню мобільності (переміщенню) населення регіону, що, своєю чергою, забезпечило розвиток туристичних подорожей протягом вихідних днів та інших видів туризму.

При визначенні місця транспортної інфраструктури у сфері туризму доцільно звернуту увагу на те, що вона використовується не тільки для виробництва туристичного продукту, а й залучена майже в усіх галузях економіки. Таким чином, вона має міжгалузевий характер та сприяє інтеграції між всіма видами економічної діяльності регіону. наявна класифікація транспортної інфраструктури відбувається на наступних ознаках:

- за належністю інфраструктури розрізняють міжнародну, національну та регіональну;
- за видом її власності поділяють на державну, приватну, приватно-державну; за типом використання виділяють інфраструктуру для масового та індивідуального туризму, в громадських інтересах;
- за ступенем розвитку – розвинена, що розвивається та нерозвинена;
- за функціональним призначенням поділяють у залежності від виду транспортного засобу, за об'єктами транспорту, у залежності від виду транспортних шляхів, транспортних маршрутів тощо.

Таким чином доведено, що транспортну інфраструктуру сфери туризму доцільно розглядати як комплекс, що охоплює транспортні об'єкти та засоби, транспортні та туристичні компанії, підприємства транспортного

обслуговування, маршрути та шляхи, об'єкти сервісу та туризму в системі, персонал підприємств, які надають туристичні послуги.

До проблем, що виникають в процесі експлуатації транспортної сфери туризму можна віднести ті, що обумовлені саме особливостями надання туристичних послуг: нематеріальність послуги – перевезення, організація безпеки перевезень, страхування клієнтів тощо; неможливість зберігання послуги та створення запасів; одночасне виробництво та споживання послуги; суб'єктивізм в оцінці якості наданої послуги тощо.

Інфраструктуру гостинності доцільно розглядати як цілісну систему, яка покликана задовольнити потреби туристів. До основних елементів інфраструктури гостинності відносяться засоби розміщення, які представляють майновий комплекс з будівель, їх частин, допоміжних приміщень, обладнання та інше майно, призначені для надання послуг споживачам. Готелі вважаються основним видом колективних засобів розміщення туристів, які характеризуються наявністю номерного фонду, що формується з номерів різних типів і категорій. Крім основних послуг по розміщенню гостей, готелі пропонують додаткові послуги. Виходячи з функціонального призначення готельні підприємства класифікуються за різними ознаками, основними з яких є транзитні та цільові.

Інфраструктура гостинності є досить розгалуженою і може бути представленою від центру розваг до оздоровчого комплексу. Попри досить розширений склад цієї інфраструктури, можна виділити такі її особливості [209]:

- домінують сервісні підприємства;
- максимальне задоволення потреб клієнтів, увага до споживача, передбачення потреб клієнтів;
- підприємства гостинності мають обмежену кількість місць для одночасного обслуговування клієнтів; відсутня можливість збільшення пропозиції послуг;

- персонал є найважливішим активом у сфері туризму, якість обслуговування виступає стандартом, за яким визначають якість послуги;
- потреба у врахуванні специфічних запитів споживачів, які прибули з іншої місцевості, досягнення такого рівня обслуговування, який є еталонним зразком підприємств-лідерів світової індустрії гостинності;
- індустрія гостинності зазнає впливу економічних, технологічних, соціально-культурних, а також військово-політичних чинників, які позначаються на туристичній дестинації;
- підприємства індустрії здійснюють певні функції, найважливішими з яких є комерційна та соціальна;
- компліментарність послуг, яка пов'язана з дією мультиплікатора, суть якого полягає в тому, що через індустрію гостинності стимулюється розвиток інших, пов'язаних з ним супутніх галузей;
- організація комплексного функціонування індустрії гостинності;
- особливість індустрії гостинності полягає в тому, що її об'єкти не вивозяться з країни, а саме споживачі самі відвідують ці міста;
- постійно зростають вимоги до споживачів, що призводить до модернізації сфери туризму.

Таким чином, за результатами дослідження можна стверджувати, що сфера туризму є складною системою, яка охоплює майже всі галузі економіки. Доведено, що інноваційний розвиток сфери туризму відбувається під впливом безлічі чинників, дослідження яких дозволяють встановити пріоритетні напрями цього процесу.

На нашу думку, під інноваційною діяльністю у сфері туризму доцільно розуміти послідовний процес проведення заходів з трансформації науково-технічних задумів, винаходів, оригінальних організаційних та управлінських рішень задля виведення їх на ринок та практичного застосування у створенні

оригінального туристичного продукту.

Інноваційна діяльність супроводжується високим ступенем ризику, який виникає як наслідок високого рівня невизначеності результатів впровадження інновацій у туристичну сферу (виробнича складова) та складністю прогнозування сприяння інноваційних туристичних послуг їх споживачами (психологічна складова). Встановлено, що ключовими параметрами в інноваційному розвитку сфери туризму є економічні умови, а найважливішим критерієм здійснення такої діяльності є час.

1.3. Стійкий розвиток туристичної сфери регіону: імперативи та інноваційні засади

В сучасних умовах розвитку сфери туризму України проблема відтворення процесів стійкого розвитку є актуальною для гармонізації відносин трьох структурних підсистем, а саме суспільства, економіки та навколишнього середовища. Розуміння концепції стійкого розвитку ґрунтується на формуванні такого суспільства, яке забезпечує задоволення своїх потреб на умовах оптимального використання та збереженні ресурсів при виключенні загроз навколишньому природному середовищу.

У трактуваннях сучасних вчених поняття стійкого розвитку сфери туризму є одним з найбільш дискусійних та використовуються різні підходи до його тлумачення. Стійкий розвиток у сфері туризму це не окремий вид туристичної діяльності, а парадигма розвитку туристичного сектору як країни, так і кожного окремого регіону [5, с. 12].

Перш ніж перейти до обґрунтування імперативів відтворення процесів стійкого розвитку у сфері туризму, доцільно пояснити у чому полягає необхідність забезпечення саме стійкого розвитку.

Як вже наголошувалося, сфера туризму є однією з основних складових соціально-економічного розвитку регіону. Основною характерною ознакою

сфери туризму можна назвати її здатність поєднання економічних, соціально-культурних та екологічних складових її функціонування та виступати їх рушійною силою взаємного розвитку. Доведено, що туризм, як вид економічної діяльності, є сферою виробництва туристичних послуг, яка суттєво залежить від якості наявних ресурсів. Наприклад, залежить від стану навколишнього середовища, культурно-історичної спадщини, а також від гостинності спільнот, що приймають. Своєю чергою, це покладає велику відповідальність на сферу туризму за наслідки її діяльності.

Якщо про позитивний вплив розвитку цієї сфери наголошувалося у попередніх параграфах, то, виходячи із завдання дослідження, доцільним було б назвати й негативні аспекти цього розвитку. Так в дослідженнях, що присвячені стійкому розвитку туризму, які підготовлені Всесвітньою туристичною організацією, до негативних наслідків функціонування та розвитку сфери туризму віднесені наступні [282, р. 16-17]:

1) туризм є значним і наростаючим чинником забруднення навколишнього середовища, на який припадає близько 5% світових викидів CO₂, що генеруються транспортом та його інфраструктурою (наприклад, об'єктами розміщення);

2) можуть виникнути проблеми локального забруднення землі й води через неякісну обробку твердих і рідких відходів туристичних підприємств та від життєдіяльності самих туристів;

3) готельні підприємства часто є основними користувачами невідновлюваних і цінних ресурсів, таких як земля, енергія і вода. У деяких районах курорт може споживати в багато разів більше води на людину, ніж у місцевій громаді, з якими вона конкурує за постачання;

4) таке розташування інфраструктури сфери туризму, яке може спричинити негативний вплив на біорізноманіття навколишнього середовища та заподіювати шкоду об'єктам культурної спадщини;

5) туризм може негативно впливати на місцеве суспільство через обмеження доступу до землі та ресурсів, що призводить до збільшення злочинності, сексуальної експлуатації та загроз соціальним і культурним традиціям;

6) хоча туризм має гарні можливості для створення доступних робочих місць, іноді зустрічаються погані умови праці у цій сфері;

7) стрімке збільшення щільності населення в місцях туристичної дестинації;

8) антропогенне навантаження на території, погіршення естетики ландшафтів тощо.

Таким чином, можна стверджувати, що сфера туризму при всіх своїх перевагах має і суттєві негативні наслідки, які вважаємо можливо подолати шляхом саме стійкого розвитку цієї сфери.

Своєю чергою, це підкреслює необхідність вирішення таких завдань:

- ретельне планування та управління сферою туризму;
- розробка та реалізація регіональної політики розвитку сфери туризму;
- контроль та управління туристичною діяльністю спільно з усіма зацікавленими сторонами.

Слід зазначити, що вперше, ідея стійкого розвитку туризму була озвучена в 1987 році у доповіді пані Гру Харлем Брунтланд (The Brundtland Report) Міжнародної Комісії з навколишнього середовища і розвитку, яка опублікована [261]. Так ідея стійкого розвитку полягає не тільки у задоволенні потреб людства, а також у забезпеченні ресурсами потреби майбутніх поколінь, при цьому не причиняючи шкоди навколишньому середовищу.

У 1992 році на конференції ООН в Ріо-де-Жанейро була проголошена мета на XXI століття, яка полягала в орієнтірі на стійкий розвиток. Зазначалося, що стійкий розвиток повинен забезпечувати майбутні покоління достатньою кількістю ресурсів для підтримки нормального рівня життя, а необхідним в цьому

процесі є довгострокове планування за участю всіх людей [203, с. 210].

У проєкті «Sustainable Tourism for Development study», який підготовлений Всесвітньою туристичною організацією за фінансової підтримки Генерального департаменту розвитку Європейської комісії й співробітництва, визначаються наступні положення стійкого розвитку сфери туризму [286]:

- туризм не слід розглядати як окремий компонент, як набір туристичних продуктів, а скоріше як умова розвитку сфери туризму в цілому;
- розвиток сфери туризму повинен будуватися на соціальній відповідальності за своє сьогодення і майбутнє;
- спільнота повністю приймає економічний, соціальний та екологічний вплив розвитку сфери туризму на суспільство;
- оптимальне використання природних ресурсів, які становлять ключовий елемент у розвитку сфери туризму;
- підтримка важливих екологічних процесів і допомога в збереженні природної спадщини й біорізноманіття;
- повага до соціально-культурної самобутності спільноти, що приймає збереження їх історично-культурної спадщини та традиційних цінностей, сприяння міжкультурному порозумінню і терпимості;
- підтримка підприємницької діяльності, що забезпечує соціально-економічні вигоди для всіх зацікавлених сторін, включаючи стабільну роботу і можливість отримання доходу, а також соціальні послуги для спільнот, що приймають і сприяння боротьбі з бідністю [282, с. 17-18].

Концепція стійкого розвитку сфери туризму і запропонований план дій щодо її практичного втілення почали розроблятися з 1999 року, цей процес триває й досі. Основна вимога до стійкого розвитку сфери туризму полягає у дотриманні принципів стійкого розвитку туризму та зосередження на досягненні цілей стійкого розвитку тисячоліття.

На сьогоднішній час Всесвітня туристична організація спільно з

Програмою ООН з навколишнього середовища визначили наступні принципи стійкого розвитку сфери туризму:

1. Економічна життєздатність – забезпечити конкурентоспроможність туристичним дестинаціям та підприємствам, щоб вони могли продовжувати забезпечувати потреби суспільства в довгостроковій перспективі.

2. Місцевий розвиток – максимізувати внесок туризму в процвітання сторони, що приймає, включаючи частку витрат відвідувачів, які утримуються на місцевому рівні.

3. Якісна зайнятість – збільшити кількість та якість місцевих робочих місць, створених для забезпечення потреб сфери туризму, включаючи рівень оплати праці, умови обслуговування та доступність для всіх виключаючи дискримінацію за статтю, расою, інвалідністю та інше.

4. Соціальна рівність – сприяти розподілу економічних та соціальних вигод від сфери туризму для всієї громади, включаючи покращення можливостей отримання доходу та послуг.

5. Задоволення відвідувачів – надати безпечне, задовільне та повноцінне враження для відвідувачів, доступне для всіх виключаючи дискримінацію за статтю, расою, інвалідністю та інше.

6. Місцевий контроль – залучення та розширення можливостей місцевих громад у плануванні та прийнятті рішень, які стосуються управління та майбутнього розвитку сфери туризму за умов консультації з іншими зацікавленими сторонами.

7. Добробут спільноти – підтримка та підвищення якості життя в місцевих громадах, включаючи соціальні структури та доступ до ресурсів, зручностей і систем життєзабезпечення, уникаючи будь-яких форм соціальної деградації або експлуатації.

8. Культурне багатство – поважати та примножувати історичну спадщину, автентичну культуру, традиції й самобутність громад, що приймають.

9. Фізична цілісність – підтримувати та покращувати якість ландшафтів, як міських, так і сільських, уникати фізичної та візуальної деградації навколишнього середовища.

10. Біологічне різноманіття – підтримка збереження природних територій, середовищ існування та дикої природи, та мінімізувати шкоду для них.

11. Ефективність ресурсів – звести до мінімуму використання дефіцитних та невідновлюваних ресурсів у розвитку та функціонуванні сфери туризму.

12. Екологічна чистота – мінімізувати забруднення повітря, води й землі, та утворення відходів підприємств сфери туризму та відвідувачів [282, с. 18].

Зазначені принципи можна узагальнити у три основні напрямки:

- збереження та мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище;

- отримання економічних вигод від туристичної діяльності як для суб'єкта, що її здійснює, так і для сторони, що приймає;

- розвиток сфери туризму як умови підвищення рівня та якості життя населення.

Слід зазначити, що виконання перелічених принципів, як і саме забезпечення стійкого розвитку сфери туризму є надзвичайно складними завданнями, що обумовлено саме гармонізацією всіх складових цього процесу.

Визначаючи імперативи відтворення процесів стійкого розвитку у сфері туризму регіонів України доцільно надати пояснення, щодо розуміння сутності відтворення. Під відтворенням розуміється динамічний процес, який має певну спрямованість соціально-економічних потоків, обумовлений часом. Динамічність процесів дає змогу застосувати до сфери туризму такі підходи, які дозволяють уявити її минуле, описати сучасне та спрогнозувати майбутнє. Тобто можна стверджувати, що динамічність процесів дозволяє уявити еволюцію сфери туризму як послідовний і закономірний процес її розвитку [20].

Загальновідомо, що під процесом відтворення розуміється відновлення чинників виробництва (праця, земля, капітал) шляхом їх залучення до процесу виробництва, розподілу, обміну та споживання. Розглядаючи процес відтворення через призму стійкого розвитку важливо зазначити, що регіональна спільнота не зможе існувати й розвиватися, якщо не будуть відтворюватися всі ресурси виробництва туристичного продукту.

Відтворення процесів стійкого розвитку у сфері туризму означає безперервне відновлення виробництва туристичної продукції, тим самим забезпечуючи відтворення всіх елементів регіонального господарського механізму.

Імперативи відтворення процесів стійкого розвитку у сфері туризму, погоджуючись із Міжнародним союзом охорони природи й природних ресурсів, можна представити через наступні принципи:

1. Економічна стійкість.
2. Соціокультурна стійкість
3. Екологічна стійкість.

У філософському розумінні стійкий розвиток являє собою перехідний процес від постіндустріального суспільства до ноосфери. Процес ноосферогенезу – це концепція закономірного розвитку суспільства, який будується на пріоритетах розуму та інтелекту, перехід до інтелектуального способу життєдіяльності. Концепція має своєю метою реалізацію ідей В.І. Вернадського, що полягає у становленні гармонійних відносин в етно-, соціоприродних процесах людської життєдіяльності на основі знання, релігії й філософії [43, с. 44].

Концепція сталого розвитку допускає біоцентричний (антропоцентричний) варіант забезпечення суспільних потреб. На думку американського вченого Г. Дейлі принципи сталого розвитку передбачають вирішення трьох глобальних

економічних проблем, а саме: розміщення ресурсів, їх розподіл та масштаби використання [62].

На державному рівні поняття «стійкого розвитку» зафіксовано в проєкті Закону про Концепції сталого розвитку України (1999 р.), де стверджується, що під цим процесом розуміється «гармонізація продуктивних сил, забезпечення умов для задоволення потреб всіх членів суспільства за умови збереження та поетапного відтворення цілісності природного середовища, створення можливостей для рівноваги між її потенціалом і вимогами людей усіх поколінь». Важливо зазначити, що концепція сталого розвитку розглядається як поєднання трьох складових, а саме економічної, соціальної та екологічної [83].

Також зазначається, що головною ідеєю забезпечення сталого розвитку є управління потоками природних ресурсів, які є найбільш цінною складовою туристичних ресурсів, що створюють умови як для виробничої сфери туризму, так і саме для споживачів туристичного продукту.

Слід звернути увагу на те, що під розвитком розуміються закономірні й спрямовані зміни в матеріальних об'єктах. У філософському енциклопедичному словнику зазначається існування двох форм розвитку, які існують у діалектичному взаємозв'язку, а саме еволюційна форма, яка характеризується поступальними, і що важливо, якісними змінами об'єкта, та революційна, яка характеризується швидкими якісними змінами структур об'єкта [239, с. 207].

У широкому сенсі слова розуміють під стійким розвитком туризму пошук оптимального співвідношення між економічним ефектом від його розвитку та ступенем деградації зовнішнього середовища. У вузькому сенсі – це створення довгострокових основ для збалансованого розвитку сфери туризму, який поєднує не тільки екологічні, але й різноманітні соціально-економічні процеси, у тому числі у галузі інвестицій, фінансів, галузевих і міжгалузевих структур [91].

Стойкий розвиток туризму задовольняє поточні потреби туристів та потреби регіонів, що приймають, охороняючи та примножуючи наявні

можливості на майбутнє. Управління наявними ресурсами має здійснюватися таким чином, щоб, задовольняючи різноманітні потреби туристів, зберегти культурну спадщину, біологічне різноманіття та системи життєзабезпечення [203, с. 210].

Також існують підходи щодо розуміння стійкого розвитку сфери туризму, який полягає у гармонізації взаємин з навколишнім середовищем і раціональному використанні усіх видів ресурсів та їх збереженні.

Всесвітня туристична організація визначає сталий розвиток сфери туризму «як туризм, який виконує потреби наявних туристів і туристичних спільнот при захисті та збільшенні можливості функціонування в майбутньому» [282].

Стійкий розвиток сфери туризму орієнтований на довгостроковий період, при якому досягається позитивний баланс в реалізації екологічних, соціокультурних та економічних ресурсів, враховуються інтереси всіх зацікавлених сторін – суб'єктів туристичної діяльності, туристів, регіональної спільноти, на основі раціонального використання всіх видів туристичних ресурсів. Також стійкий розвиток сфери туризму забезпечує:

- раціональне використання ресурсів навколишнього середовища;
- підтримку соціально-культурних особливостей регіональної спільноти, що приймає;
- відтворення довгострокових економічних процесів;
- відновлення туристичних ресурсів;
- вдосконалення технологій виробництва туристичного продукту.

Отже, під стійкістю у сфері туризму будемо розуміти досягнення рівноваги.

Таким чином, під стійким розвитком сфери туризму доцільно розуміти відтворення процесів виробництва та вдосконалення туристичного продукту, за умов досягнення рівноваги або позитивного ефекту між екологічними, соціокультурними та економічними складовими туристичної діяльності та її наслідками.

На засаді опрацювання сучасної наукової літератури, яка стосується стійкого розвитку сфери туризму, можна сформулювати основні цілі її функціонування [5; 28; 122]:

1. Забезпечення економічного розвитку території (регіону). Мета, яка полягає в: збільшенні частки сфери туризму у валовому регіональному продукті; зростанні доходів бюджету регіону; формуванні регіонального бізнес-середовища; активізації сфери обслуговування і торгівлі; створенні нових робочих місць; залученні інвестицій в туристичну інфраструктуру; забезпеченні інвестиційної привабливості та створенні брендингу регіону; створенні умов для формування високоефективної туристичної індустрії, що сприяє зростанню чисельності туристів та задоволенню їх потреб в якісних туристичних продуктах; позиціонуванні регіонального туристичного продукту; забезпеченні конкурентоспроможності сфери туризму; сприянні розвитку всіх сфер життєдіяльності населення регіону.

2. Забезпечення правового розвитку території (регіону). Мета, яка полягає в: забезпеченні прав людини на відпочинок; свободі пересування людини; задоволенні духовних потреб людини; залученні людини до культурно-історичних цінностей та інших прав, що виникають у туристичній діяльності; створенні умов для запобігання, подолання та управління ризиками та ризиковими ситуаціями, як на рівні держави, так і кожного окремого регіону; розвитку місцевого самоуправління.

3. Забезпечення соціального розвитку території (регіону). Мета, яка полягає в: забезпеченні умов відтворення людського капіталу; створенні умов до гідної праці та якісної зайнятості; плануванні людських ресурсів: поліпшенні умов праці; сприянні навчання зайнятого персоналу у сфері туризму; забезпеченні соціальної безпеки регіону; створенні умов для розвитку мешканців регіону; забезпеченні процвітання регіону; забезпеченні соціальної справедливості; сприянні зростанню добробуту регіональної спільноти;

подоланні бідності через формування та розвиток сфери туризму; сприянні туристичним ініціативам з метою підвищення рівня та якості життя мешканців регіону; залученні знедолених у сферу туризму; запобіганні виникненню соціальних ризиків.

4. Забезпечення екологічного розвитку території (регіону). Мета, яка полягає в: гармонізації природного та культурного середовища; взаємозв'язку туризму з навколишнім природним середовищем; збереженні біологічного різноманіття регіону; адаптації до змін клімату; моніторингу впливу сфери туризму на навколишнє природне середовище; ефективному використанні всіх видів ресурсу регіону; забезпеченні чистоти навколишнього середовища; боротьбі із засміченням, яке утворюється в умовах туристичної діяльності.

5. Забезпечення культурного розвитку території (регіону). Мета, яка полягає в: культурному збагаченні; фізичній цілісності та збереженні культурної спадщини регіону; моніторингу впливу сфери туризму на культурну спадщину.

1. Державне регулювання сталого розвитку сфери туризму. Мета, яка полягає в: розробці відповідної державної та регіональної політики регулювання та управління у сфері туризму; створенні умов для розвитку міжнародних і міжрегіональних зв'язків у сфері туризму; визначенні місця туризму в регіональній політиці та регіональних програмах розвитку; розробці нормативно-правової бази регулювання сфери туризму як на державному, так і регіональному рівні; розробці ефективної структури управління сфери туризму.

На засаді вище переліченого можна стверджувати, що важливішими завданнями стійкого розвитку сфери туризму є:

- гармонізація його взаємовідносин з навколишнім природним середовищем, раціональне використання всіх видів ресурсів, які залучений у виробництві туристичного продукту та зберіганні природної спадщини та біологічного різноманіття;

- повага національної та соціально-культурної особливостей та

традицій регіональної спільноти, що приймає, зберігаючи культурну спадщину, а також сприяння взаєморозуміння різних культур, проявляючи терпимість до їх сприйняття;

– забезпечення та сприяння розвитку всіх форм життєдіяльності регіональної спільноти протягом тривалого періоду часу, створення умов для підвищення рівня та якості життя населення.

Слід також зазначити, що сфера туризму є тією сферою, економічна ефективність якої залежить від стану навколишнього середовища. Обґрунтовано, що якість природного середовища фактично є однією з головних складових сфер туризму. Сфера туризму поєднує в собі не тільки різноманітні види діяльності, а також багато зацікавлених сторін, які прямо або опосередковано залучені в туристичну діяльність. Визначення ролі кожного із суб'єктів туристичної діяльності є важливим питанням у встановленні ступеню його негативного впливу на зовнішнє природне середовище.

Основними вимогами для досягнення стійкого розвитку сфери туризму є [282]:

- особиста відповідальність кожного із суб'єктів туристичної діяльності;
- ефективна робота всіх зацікавлених сторін.

Забезпечення стійкого розвитку сфери туризму можливо за умов ефективної роботи всіх суб'єктів туристичної діяльності. Це має бути основою для розвитку ефективних структур координації та партнерства, як на національному рівні, так і в кожному окремому регіоні.

Таким чином, головним у стійкому розвитку сфери туризму є гармонізація відносин всіх сторін, що залучені у цю діяльність з навколишнім природним середовищем. Модель стійкого розвитку сфери туризму є обґрунтованою як для країни в цілому, так і кожного окремого регіону.

Модель стійкого розвитку сфери туризму ґрунтується на п'яти основних складових, які були визначені Всесвітньою туристичною організацією на підставі

багаторічного досвіду роботи в галузі сталого розвитку [282].

Перша складова. Політика та управління у сфері туризму. Складова, яка стосується розробки відповідної політики у сфері туризму, управління сферою туризму, інституційної та організаційної структури управління цією сферою, описує нормативно-правові засади реалізації стратегії стійкого розвитку сфери туризму. До цієї складової відноситься структура управління сферою туризму, включаючи міністерства, відомства та установи, що впливають на її стійкий розвиток та ефективність, а також структури та механізми для залучення зацікавлених сторін державного та приватного секторів економіки, включаючи місцеві спільноти, на різних рівнях.

Таким чином, політика стійкого розвитку сфери туризму визначає три головні напрями [286]:

- визнання важливості розвитку туризму в політиці й програмах розвитку. Рівень його визнання державними та міжнародними агентствами створює умови не тільки для сталого розвитку сфери туризму, а й країни (регіону) загалом;
- наявність обґрунтованих, узгоджених і реалізованих політик, стратегій та планів, які забезпечують напрям розвитку й управління сталим розвитком сфери туризму, які підтримуються необхідною нормативно-правовою базою;
- здійснення нагляду, моніторингу за розвитком, управлінням і координацією сфери туризму, реалізацією прийнятої політики, приділяючи особливу увагу багатосторонньому співробітництву, включаючи державно-приватне партнерство.

Розглядаючи умови стійкого розвитку сфери туризму виникає питання необхідності її координування та регулювання як на державному, так і на регіональному рівні. Так метою управління та правового регулювання на регіональному рівні є чіткий розподіл функцій з регулювання сфери туризму, а також встановлення обов'язків влади, як на державному, так і на регіональному

рівнях.

Просування туристичного продукту можливо при впровадженні партнерства у сфері туризму, яке поєднує державні та регіональні туристичні асоціації та суб'єктів туристично-рекреаційного комплексу. Обґрунтовано, що управління сферою туризму може здійснюватися через два основних механізми: по-перше, через саморегулювання на засаді досягнення рівноваги між попитом та пропозицією туристичного продукту; по-друге, через відповідні механізми державного управління та координації.

Вважається, що найефективнішою формою розвитку сфери туризму є державно-приватне партнерство, яке надає можливість спільної розробки нормативно-правового регулювання галузі, сприяючи її сталому розвитку.

Відповідно до Закону України під державною регіональною політикою визнається «система цілей, заходів, засобів та узгоджених дій» з органами виконавчої влади для забезпечення високого рівня якості життя людей «з урахуванням природних, історичних, екологічних, економічних, географічних, демографічних та інших особливостей регіонів, їх етнічної й культурної самобутності» [84].

Метою Державної регіональної політики є забезпечення «динамічного, збалансованого розвитку України та її регіонів, забезпечення їх соціальної та економічної єдності, підвищення рівня життя населення, дотримання гарантованих державою соціальних стандартів» для громадян [84].

Об'єктом державної регіональної політики виступають економічні та соціальні відносини, які виникають на відповідній території.

Зауважимо, що складові регіональної політики обумовлені тим, що в рамках будь-якого регіону у тісному взаємозв'язку та взаємозалежності існують підсистеми соціально-економічних відносин, які, своєю чергою, обумовлюють множинність напрямків регіональної політики. Серед головних з них є:

1. Економічна політика, метою якої є досягнення суспільно значущих

цілей, які визначаються станом економіки країни на цей час.

2. Соціальна політика, метою якої є подолання асиметрії у доходах населення, створення відповідних умов життя для всіх верств населення.

3. Демографічна політика. Політика, що спрямована на регулювання процесів відтворення населення.

4. Екологічна політика, метою якої є зменшення техногенного навантаження та збереження навколишнього середовища.

Зазначимо, що своєрідним ядром регіональної політики є реалізація економічних цілей регіонального розвитку. Механізм досягнення інших цілей таких як соціальні, демографічні та екологічні можливий лише за умов достатнього обсягу фінансових ресурсів та відповідних регіональних фінансово-економічних важелів стимулювання.

Розглядаючи регіональну політику доцільно визначити методи її проведення, які поділяються на прямі й непрямі. Специфіка прямих методів проведення регіональної політики полягає у тому, що держава бере активну участь у капіталовкладеннях, які спрямовані на вдосконалення територіальної господарської структури. Непрямі методи проведення регіональної політики визначаються тим, що держава через фінансові важелі прагне створити відповідну інвестиційну привабливість регіону або його районів з метою їх прискореного економічного та соціального розвитку.

Прямі методи регулювання регіонального розвитку реалізуються шляхом адміністративних методів, а саме через здійснення державних програм, які фінансуються коштом держбюджету; міжбюджетних трансфертів та капітальних видатків з державного бюджету; окремих цільових програм та інвестиційних проєктів; спеціальних фондів державного бюджету для підтримки регіональних політик; розміщення державних замовлень на постачання продукції для державних потреб, а також контролю за їх виконанням.

До методів непрямого регулювання регіонального розвитку можна

віднести створення спеціальних фондів регіонального розвитку, метою яких є акумулювання фінансових ресурсів для реалізації регіональних програм розвитку, таких як залучення приватних інвесторів для втілення планів регіональної політики; політика субвенцій для підприємств, які переживають соціально-економічні проблеми; можливість надання податкової знижки; встановлення пільгових ставок орендної плати; введення регіонально-диференційованої амортизації; введення санкцій для підприємств, що забруднюють навколишнє середовище тощо.

Розробка регіональної політики стійкого розвитку сфери туризму стає актуальною за двох умов.

По-перше, політика розвитку повинна врахувати особливості кожного окремого регіону України, які розрізняються між собою за природно-ландшафтними та кліматичними характеристиками, культурною спадщиною, національними традиціями, етнічним складом, промислами, ремеслами, кожен регіон, місто або селище є самобутньою та унікальною територією.

По-друге, кожному регіону необхідна така політика у сфері туризму, яка ґрунтується саме на туристичному потенціалі регіону, враховує його різноманіття та специфіку, а також на економічних та соціальних складових розвитку регіону.

Необхідність розробки регіональної політики стійкого розвитку сфери туризму стає актуальною, за наявності таких проблем, які стримують розвиток цієї сфери в Україні: відсутність скоординованих державних, регіональних та місцевих програм розвитку сфери туризму; недосконалість статистичного обліку, а також обліку та охорони лікувально-оздоровчих територій; забезпеченість безпеки на туристичних об'єктах та механізм надання невідкладної допомоги туристам; недосконалість процедури стандартизації туристичної інфраструктури, а також відсутність механізму її акредитації та сертифікації тощо [208].

До проблем, що стримують розвиток сфери туризму, можна віднести й недосконалість механізму державного регулювання туристично-рекреаційної системи. Так об'єкти, що утворюють названу систему, можуть бути підпорядковані різним відомствам, організаціям та установам, що ускладнює процедуру регулювання туристичної діяльності.

Відсутність чіткого державного регулювання розвитку сфери туризму стримує розвиток інфраструктури. Особливо це стосується транспортної інфраструктури, яка є забезпечуваною складовою, та впливає на доступність туристичних destinations, тим самим формує туристичну привабливість регіону. Таким чином, перспективи стійкого розвитку сфери туризму в Україні багато в чому залежать від державного регулювання на загальнонаціональному рівні, яке має поєднуватися з регіональними умовами просування туристичної продукції.

У зв'язку з цим необхідне вдосконалення механізму державного регулювання, що призведе до усунення низки наявних недоліків, в тому числі сприятиме раціональному застосуванню адміністративних методів господарювання, а також раціональному поєднанню державного і приватного секторів в різних сферах економіки. Так, проблеми розвитку сфери туризму можуть бути вирішені за умов запровадження Державної регіональної політики стійкого розвитку сфери туризму, положення якої будуть включені в середньо- і довгострокові програми регіонального розвитку.

На регіональному рівні програми розвитку сфери туризму відрізняються від загальнодержавних більшою деталізацією специфічних умов функціонування цієї галузі, які мають істотні відмінності від регіону до регіону. Так розробка регіональної політики стійкого розвитку сфери туризму сприяє розв'язанню названих проблем шляхом подолання негативних тенденцій розвитку цієї сфери.

Державна регіональна політика стійкого розвитку сфери туризму має вирішити наступні завдання [286]:

- забезпечити доступ до туристичної інфраструктури та ресурсів, від

яких залежить сфера туризму, для всіх категорій громадян;

- сприяти залученню у сферу туризму осіб з обмеженими можливостями;
- сформуванню позитивний імідж кожного окремого регіону та держави загалом на міжнародному туристичному ринку;
- сприяти розвитку в'їзного туризму;
- прискорити темпи стійкого розвитку сфери туризму;
- збільшити обсяг надходжень до регіональних бюджетів від провадження туристичної діяльності;
- створити сприятливі умови для формування та розвитку туристичного потенціалу;
- забезпечити координацію та співробітництво між секторами економіки, які залучені у виробництво туристичного продукту;
- забезпечити збереження навколишнього природного середовища та об'єктів культурної спадщини;
- забезпечити захист економічних інтересів суб'єктів сфери туризму від реальних та потенційних загроз;
- сприяти організації безпеки туристичної діяльності.

В управлінні сферою туризму не менш важливим є співпраця держави з приватним сектором економіки. Сфера туризму становить вид економічної діяльності, за яку відповідають окремі підприємства. Доцільним є залучення приватного сектору у планування, розвиток та управління сферою туризму. Формою такого співробітництва є державно-приватне партнерство.

Державно-приватне партнерство може сприяти:

- генеруванню грошових коштів для стійкого розвитку сфери туризму;
- поєднанню професійних знань та досвіду, які є необхідними для реалізації проєктів у сфері туризму;
- результатам наукових розробок та досліджень освітніх та науково-

дослідних установ та інших інститутів громадянського суспільства тощо.

Своєю чергою, всі перелічені заходи дозволять розв'язувати основні проблеми стійкого розвитку сфери туризму та запропонувати туристичний продукт, який буде мати попит як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичних ринках.

Друга складова. Економічні показники, інвестиції та конкурентоспроможність туристичного продукту. Складова, яка розглядає бізнес-середовище та інвестиційну привабливість регіонів, а також позицію лібералізації торгівлі у сфері туризму, включаючи наслідки для регіональної економіки. Особлива увага приділяється питанням доступу до ринків, якості продукції та умов розвитку сфери туризму регіону.

Складова, яка визнає необхідність надійної інформації для прогнозування та розвитку сфери туризму, розробки стратегічних програм стійкого розвитку на перспективу, а також прогнозування туристичної дестинації для регіональних територіальних громад.

Третя складова. Зайнятість, гідна робота та людський капітал. Роль туризму як генератора робочих місць у регіоні розглядається як ключовий аспект його вкладу в сталий розвиток.

Складова, яка впливає на планування людських ресурсів у регіоні та формуванні професійної структури зайнятого населення у цій сфері. Задоволення потреб сфери туризму у фахівцях, шляхом створення попиту на робочу силу на нові робочі місця. Організація навчання та нарощування трудового потенціалу персоналу туристичних підприємств. Забезпечення відповідних умов праці та інше.

Четверта складова. Подолання бідності та соціальна інтеграція. Ця складова фокусується на вкладі туризму в подолання бідності. Вважається, що туризм стратегічно впливає на рівень та якість життя населення регіону.

Сфера туризму пропонує конкретні ініціативи, які дозволяють отримати

основний або додатковий дохід для мешканців дестинацій, на основі розвитку туристичної інфраструктури, ініціатив на рівні територіальних громад та забезпечення додаткових вигод від туризму. Технологічний ланцюжок туризму, складає основу системи виробництва туристського продукту, який включає наступні елементи: транспорт, засоби розміщення та харчування, індустрія розваг тощо. На кожній із зазначених стадій залучаються відповідні до технологічного процесу ресурси, кожна стадія створює свої специфічні вигоди для споживача та впливає на навколишнє середовище.

П'ята складова. Стійкість природного та культурного середовища. Складова, яка визначає взаємозв'язок між туризмом та навколишнім природним середовищем та культурною спадщиною.

Головною ознакою цієї складової, враховуючи політику та дії по збереженню природних та культурних активів, є управління сферою туризму із забезпеченням та отриманням вигоди від цієї діяльності. Особлива увага приділяється пом'якшенню наслідків від адаптації сектору туризму до зміни клімату. Нарешті, на засаді використання механізмів підвищення стійкості розвитку сфери туризму та моніторингу впливу на зовнішнє природне та культурне середовище оцінюється результат туристичної діяльності.

Таким чином, основна мета сталого розвитку сфери туризму є забезпечення її збалансованого (гармонійного) розвитку, тобто такий розвиток, при якому жодна із п'яти складових не є домінантною, а всі п'ять складових є однаково важливими й, найважливіше, сумісними. Вони одночасно є і передумовами, і цілями сталого розвитку.

Відповідно до концепції стійкого розвитку сфери туризму, необхідно не просто створити умови для розвитку туризму, але і передбачити наслідки від туристичної діяльності. Отже, головним завданням концепції стійкого розвитку сфери туризму стає зменшення негативних наслідків від розвитку цієї сфери на тлі позитивних ефектів від туристичної діяльності. В першу чергу мова йде про

підтримку місцевих жителів, умов їхньої праці та середовища проживання, тобто важливо враховувати соціальні та екологічні наслідки розвитку сфери туризму. Тріада економічних, екологічних та соціальних цілей в регіональній політиці розвитку сфери туризму, буде запорукою успіху всієї туристичної діяльності.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

2.1 Сфера туризму в структурі соціально-економічної системи регіону

З огляду на обраний напрям наукового дослідження необхідно зупинитися на тлумаченні поняття «економічна система регіону». Термін «система» від давньогрецької «σύστημα» означає «сполучення», «ціле», «з'єднання». З позицій системного підходу система являє собою сукупність елементів, взаємопов'язаних між собою що утворюють певну цілісність, яка протистоїть своєму оточенню [242].

У найбільш загальному вигляді трактування систем представлено в спеціальній та науковій літературі, в якій узагальнено погляди різних шкіл і напрямів наукової думки. Так, в радянському енциклопедичному словнику під системою розуміється «безліч елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним, утворюючи певну цілісність, єдність» [127].

У дослідженнях М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі системою вважається «єдність, що складається з взаємозалежних частин, кожна з яких привносить щось конкретне в унікальні характеристики цілого» [141].

І. Блауберг трактує систему як «сукупність елементів, взаємопов'язаних між собою, що утворюють певну цілісність, яка протистоїть оточенню» [22].

Виходячи з представлених визначень можна зробити висновок, що будь-яка система формується не безцільно, тобто у неї є власні внутрішні тенденції (наприклад, протистояти оточенню), які пов'язані з підтриманням її життєдіяльності. Життєдіяльність своєю чергою можна описати такими процесами як функціонування і розвиток.

З точки зору науки управління, класиками якої вважаються: А. Файоль, Г. Емерсон, Ф. Тейлор, А. Форд [236], М. Альберт [6, 141], К. Келлер [119], Ф. Хедоурі [141], Д. Сакс, Ф. Ларрен [217] функціонування являє собою комплекс

дій, спрямованих на підтримку і збереження вже наявних функцій, що визначають цілісність, якісну визначеність і головні сутнісні характеристики системи. Розвиток, на думку класиків науки управління, передбачає комплекс дій, спрямованих на придбання нових і усунення застарілих некорисних якостей в умовах мінливого середовища.

Таким чином можна зробити висновок, що для забезпечення функціонування система прагне до стабілізації процесів, що відбуваються в ній, в той час, як розвиток забезпечується змінами процесів в системі, тобто її якісним та (або) кількісним оновленням, що може здійснюватися у формі як трансформації, так і модернізації.

Необхідно відзначити, що фундаментальні дослідження останніх десятиліть, що присвячені просторовому розвитку територій, активно використовують словосполучення «соціально-економічні системи» вважаючи, що розглядати одну без іншої не доцільно на сучасному етап територіального розвитку. Автор дослідження поділяє цю точку зору і надалі використовує саме це поняття.

Звернемося до сутнісного змісту категорії «соціально-економічна система». Соціально-економічні системи є специфічними системами матеріальних, енергетичних та інформаційних відносин між окремими суб'єктами, їх групами й спільнотами. Цим системам притаманний ряд особливих властивостей, які необхідно враховувати при їх дослідженні (рис. 2.1) [222].

Представлені на рисунку особливі властивості соціально-економічних систем не є вичерпними. Так ряд авторів, таких як І. Абалкін, А. Євменов, В. Бурков, Н. Коргінов, Д. Новиков виділяють додаткову властивість, таку як мобільність, під якою вони розуміють здатність соціально-економічної системи адекватно і своєчасно, в тому числі з випередженням реагувати на вплив негативних факторів зовнішнього середовища [3, 76, 29].

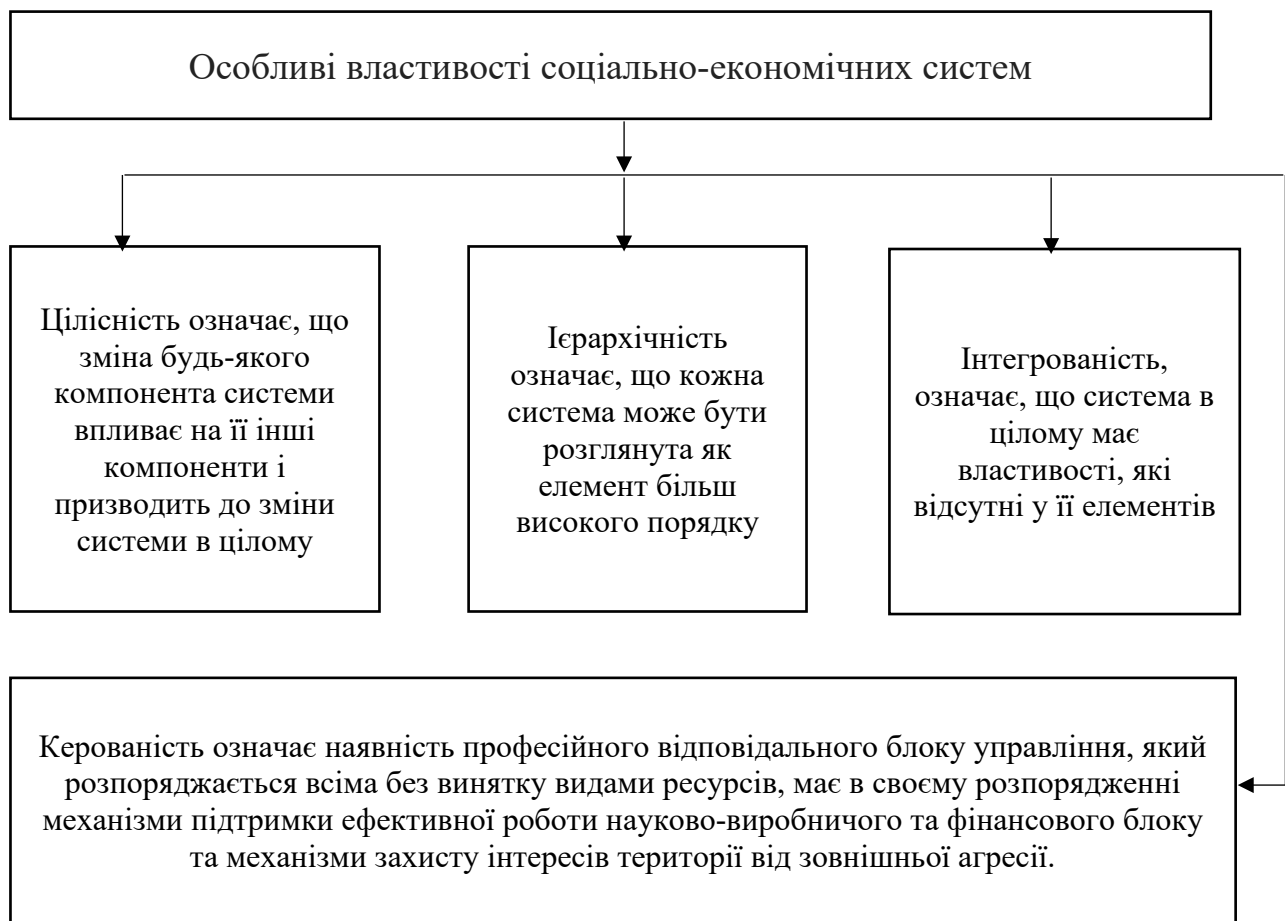


Рис. 2.1. Особливі властивості соціально-економічних систем.

Джерело: складено автором за [222]

Автор цього дослідження цілком погоджується із важливістю та необхідністю врахування такої властивості як мобільність, а також вважає за необхідне розширити тлумачення поняття «керованість», оскільки у понятті що подано на рисунку не враховано наявність зворотного зв'язку, який забезпечує своєчасність сигналу про збій елементів системи та зваженість управлінських дій по усуненню цих збоїв, а також не розкрито особливості входу й виходу системи, на які необхідно звертати увагу, оскільки вони з практичної точки зору дуже часто залишаються поза увагою і стають причиною системних збоїв.

Аналіз наукових точок зору, щодо дослідження економічної системи, дозволив зробити висновок, про те, що її можна розглядати як «конкретно-історичну форму існування» і прояви виробничих відносин разом з властивими

їй формами організації виробництва та управління стосовно до регіону й етапу суспільного розвитку. Даний підхід детально представлений в «Діалектиці соціалістичної економіки» Л. Абалкіна [2].

У наукових дослідженнях Л. Берталанфі соціально-економічну систему розглянуто у вузькому і широкому сенсі (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Соціально-економічна система за Л. Берталанфі.

Джерело: складено автором за [19]

Виходячи з рисунка та попередніх міркувань, бачимо, що, з одного боку, власність на засоби виробництва виражає соціальний зміст системи, а з іншого, є формою її економічної реалізації. Враховуючи те що економічна система являє собою не тільки сукупність виробничих відносин, а й виступає основою що формує соціальну форму поєднання робочої сили із засобами виробництва і визначає спосіб привласнення, то саме це і дозволяє розглядати систему з соціально-економічної точки зору.

Оскільки соціально-економічна система має межі в економічному часі й

просторі, а також історичні, географічні, етнічні, духовні, і політичні кордони, логічним буде твердження, що в ході суспільно-історичного розвитку відбуваються зміни не тільки в самій соціально-економічній системі, а й у взаємозв'язках окремих складових її розвитку, що своєю чергою обумовлює появу різних підходів до трактування поняття «регіон».

Поняття «регіон» походить від латинського слова «region», що перекладається як територія. Згідно з Законом України «Про засади державної регіональної політики» регіон – це територія. Територіальний підхід у трактуванні поняття регіон зокрема зображено у дослідженнях А. Гранберга «Регіон це певна територія, яка відрізняється від іншої за рядом ознак і яка володіє цілісністю взаємопов'язаністю її складових елементів» [57].

В ранніх регіональних дослідженнях О. Амоші, М. Барановського, М. Долішнього, В. Дорофієнко, З. Герасимчук та інших, регіоном також називається територія. Однак, з розвитком економічної, соціальної, регіональної науки поняття регіону розширюється, набуваючи інших ознак та характеристик.

Так у своїх дослідженнях Н. Дорогов, використовує елементи системного підходу, визначаючи регіон в широкому сенсі як всеосяжну систему в розрізі «природа населення», тобто як єдину територіально-соціальну організацію. В рамках такої складно організованої системи чітко виділяються три її аспекти: природно-екологічний; господарсько-економічний; соціальний [67]. До прихильників системного підходу також належать В. Биковський, В. Долятовський, О. Добринін, Р. Матвієнко та інші.

Сучасна наука взагалі на сьогодні налічує декілька підходів до розгляду поняття регіон, серед яких найбільше поширення отримали наступні підходи (рис. 2.3):

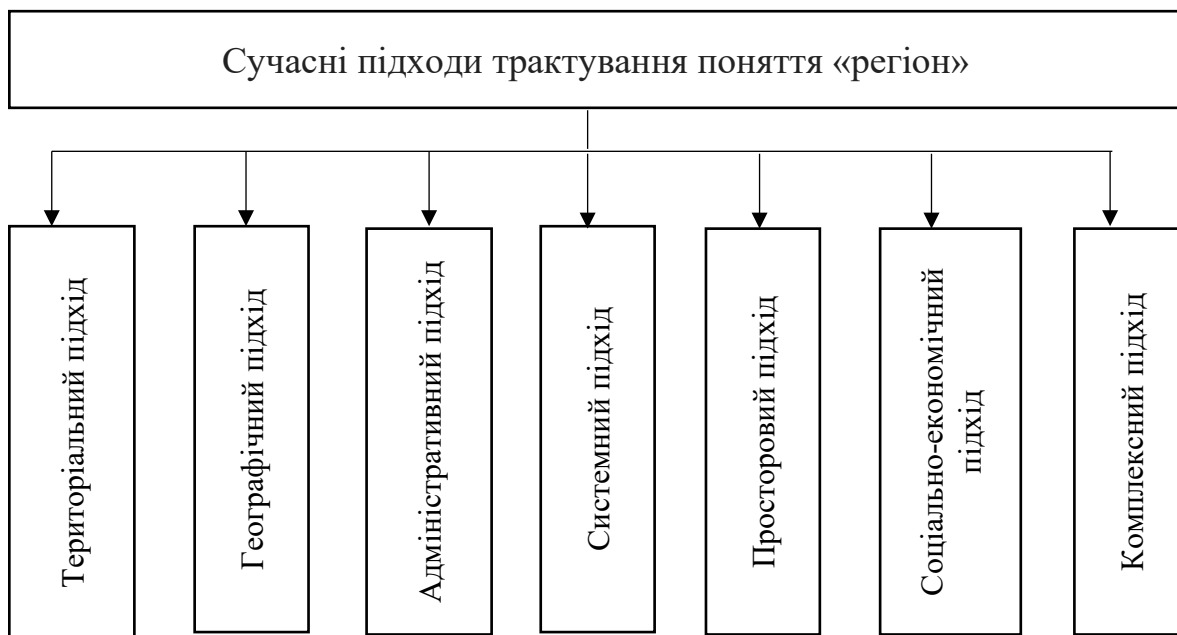


Рис. 2.3. Сучасні підходи трактування поняття «регіон».

Джерело: Складено автором на основі [63]

Багаторічний інтерес і різноманітність підходів до дослідження поняття регіон (див. Додаток А) пояснюється тим, що дана категорія відіграє важливу і багатопланову роль у розвитку людського суспільства взагалі й, зокрема, його економічних відносин, вона виконує такі важливі функції, як створення матеріальних умов виробничої діяльності, забезпечення місця проживання населення, його професійно-трудової діяльності, організації побуту і відпочинку, виступає як простір, що формує ознаки етнічної спільності людей.

Ґрунтуючись на цьому, у попередніх дослідженнях одні автори визначають регіон як «частину території з більш-менш однорідними природними умовами, специфічними економічними, демографічними, історичними умовами, на якій функціонує певний комплекс галузей виробництва, виробничої та соціальної інфраструктури».

Інші дослідники розглядають регіон крізь призму господарської системи, стверджуючи, що це «частина території, де функціонує і розвивається система

зв'язків і залежностей між підприємствами й організаціями, які на ній розташовані».

Частина науковців доводить, що регіон це «підсистема соціально-економічного комплексу країни, і одночасно відносно самостійна його частина із закінченим циклом відтворення, яка має свою специфіку» [213].

На нашу думку, всі зазначені точки зору мають право на існування і доречні, виходячи з області та мети наукових інтересів їх авторів. Однак, кожна з них має певні недоліки з огляду на обраний напрям дослідження. Так, наприклад, у визначеннях прихильників соціально-економічного підходу, не звертається увага на ключові аспекти «самоуправління» (зв'язки: їх наявність, зворотність, керованість тощо), тобто не враховується адміністративно-територіальний поділ, не зважаючи на те що з відтворювальної точки зору окремих регіонів не є замкнутою системою, оскільки він тісно пов'язаний з іншими регіонами й функціонує в умовах міжрегіональної інтеграції та міжрегіонального обміну. І навпаки, прихильники географічного, територіального, адміністративного підходів не зосереджуються на соціально-економічних особливостях території.

Більш того, сучасна наука не дійшла єдиного висновку, щодо тлумачення понять «регіон», «територія», що своєю чергою ускладнює пошук універсального визначення поняття «економічна система регіону». Крім всього, на сьогодні, згідно з Конституцією України, базовою адміністративно-територіальною одиницею є «область», регіон розглядається саме як територія, що пояснює поширення територіального підходу у соціально-економічній практиці та наукових дослідженнях [112].

Виходячи зі сказаного у докторському дослідженні запропоновано «регіон» і «територію» розглядати окремо як самостійні повноцінні категорії й надалі застосувати комплексний підхід. Таке рішення можна пояснити наступними аргументами.

По-перше, проаналізувавши визначення поняття «територія», дійшли висновку, що територія це перш за все природне середовище. Так у географічному енциклопедичному словнику під територією розуміється «частина поверхні землі з властивими їй природними, а також створеними в результаті людської діяльності, властивостями й ресурсами» [127].

Згідно з визначенням Хартії регіоналізму, яка була прийнята Європейським парламентом у 1988 році, «територія – це частина поверхні земної кулі, що знаходиться під суверенітетом певної держави й включає сушу (материкову частину держави, острови й анклави), внутрішні територіальні води, корисні копалини й повітряний простір» [77].

По-друге, визначаючи поняття «регіон», не можна базуватися тільки на географічних чи економічних аспектах, таких як його господарська спеціалізація, раціональність розміщення продуктивних сил, розвиток інтеграційних процесів і т.п. залишаючи поза увагою інтереси населення як соціально-територіальної спільності, не брати до уваги соціальні чинники, значення яких у міру сучасних економічних трансформацій різко зростає. У цьому зв'язку, першочерговою задачею регіональної політики стає підвищення рівня життя населення регіону, шляхом створення ефективної зайнятості; створення сприятливих умов для його природного відтворення; підвищення рівня соціальної, екологічної захищеності; розвитку освіти, культури, що забезпечує сталий розвиток регіону.

По-третє, варто враховувати той факт, що регіон, як таксономічна одиниця територіально-виробничого устрою, має ряд характеристик, властивих тільки йому, які зумовлюють спеціалізацію, галузеву структуру, виробничо-господарські зв'язки, культурно-етнічні, динамічні та інші характеристики.

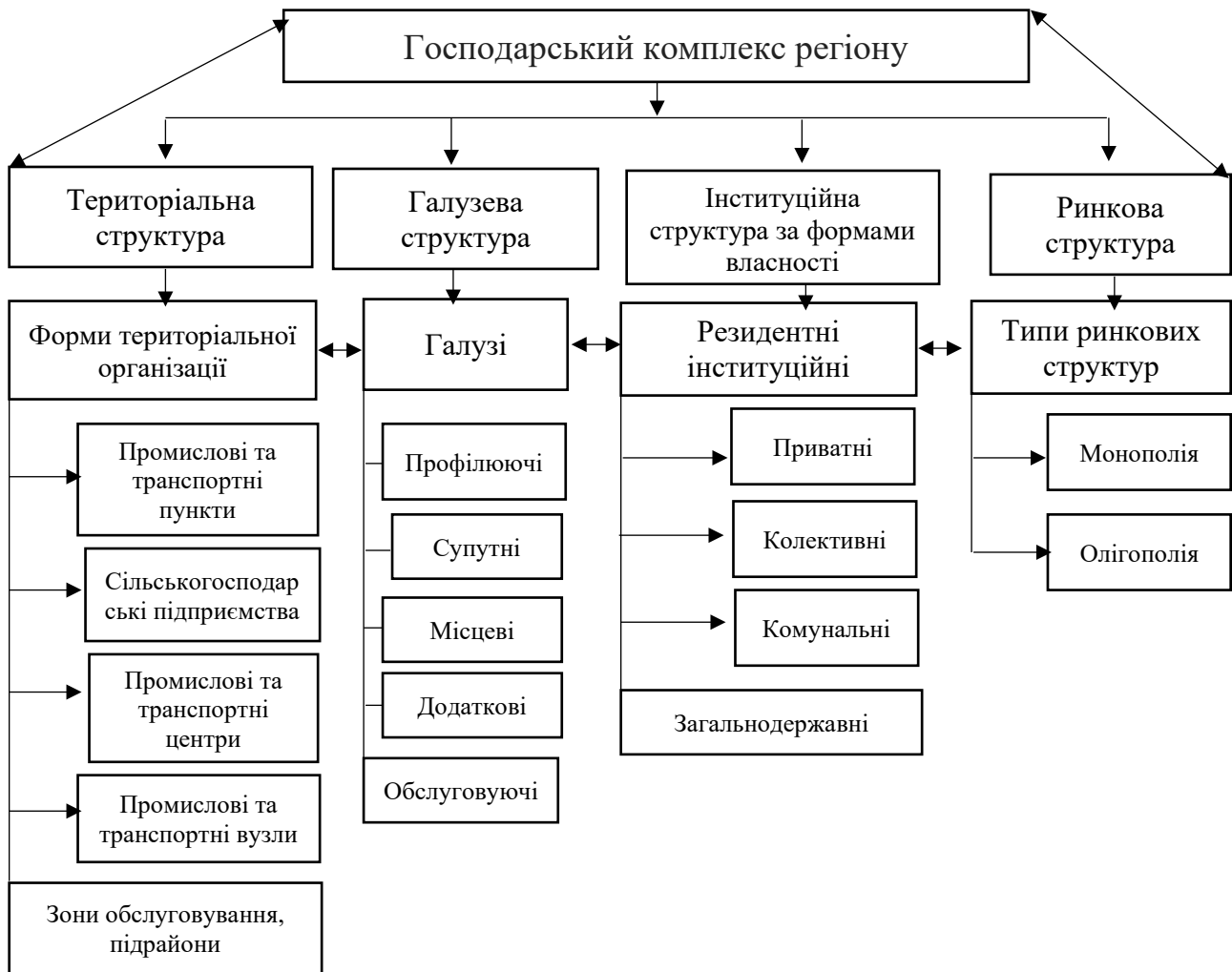
Зазначимо, що на відміну від території, регіон ширше поняття. Він наділений складними повноваженнями і являє собою відкриту систему, із комплексом продуктивних сил і виробничих відносин. Кожен регіон має ідентифікаційні соціально-економічні, природні, географічні особливості. Регіон

має власну складну комплексну господарську структуру за допомогою якої відбувається забезпечення відтворювальних процесів.

Таким чином, у дослідженні під соціально-економічною системою регіону розуміється цілісна сукупність різних видів продуктивних сил і виробничих відносин, здатних до саморозвитку шляхом динамічного зростання креативності населення та вдосконалення інноваційних процесів, які розвиваються в певних пропорціях і взаємозалежності на певній території, а також інтегруються з іншими системами з метою підтримки стійкості єдиного економічного простору.

Задля визначення особливостей взаємодії сфери туризму з соціально-економічною системою регіону необхідно з'ясувати декілька ключових аспектів, таких як: характер і закономірності формування та розвитку системи; набір функціональних підсистем, окремих виробничих і соціально-економічних елементів; особливості та структуру безпосередньо сфери туризму.

Аналіз наукових точок зору, щодо набору функціональних підсистем, окремих виробничих і соціально-економічних елементів дозволив встановити наявність різних підходів. Одні автори виділяють чотири підсистеми (Л. Шевчук А. Гайдук, В. Бондаренко, Т. Кришталь): 1) матеріальне виробництво; 2) виробнича інфраструктура; 3) населення і пов'язана з ними соціально-побутова інфраструктура; 4) природні ресурси і їх територіальні структури [249, 26, 175]. Інші пропонують тріаду підсистем (Т. Морозова, М. Победіна, Г. Поляк): 1) виробництво; 2) обслуговування; 3) розселення [213]. Однак, враховуючи сучасні умови функціонування та розвитку соціально-економічної системи регіону, на нашу думку, варто враховувати ринкові умови й додатково виділяти ринкову підсистему. У цьому зв'язку актуальним стає питання структуризації господарства регіону, яка запропонована М. Джаманом (рис. 2.4).



*Рис. 2.4. Господарський комплекс регіону згідно з М. Джаманом
Джерело: Складено автором за [204]*

Представлена на рисунку структура складає стійкий каркас (скелет) економічної системи регіону, забезпечуючи її цілісність. Основна функція структури полягає у забезпеченні внутрішньої стабільності, міцності, високого ступеня взаємозв'язку всіх компонентів системи. Варто зазначити, що на відміну від системи структура господарського комплексу регіону є більш статичною, тобто вона не має постійної взаємодії із зовнішнім середовищем та менше піддається його впливу.

Дану структуру вважаємо доцільним покласти в основу принципової схеми

соціально-економічної системи регіону (рис. 2.5), яку своєю чергою використано у механізмі забезпечення модернізації регіональних туристичних систем (див. Розділ 4).

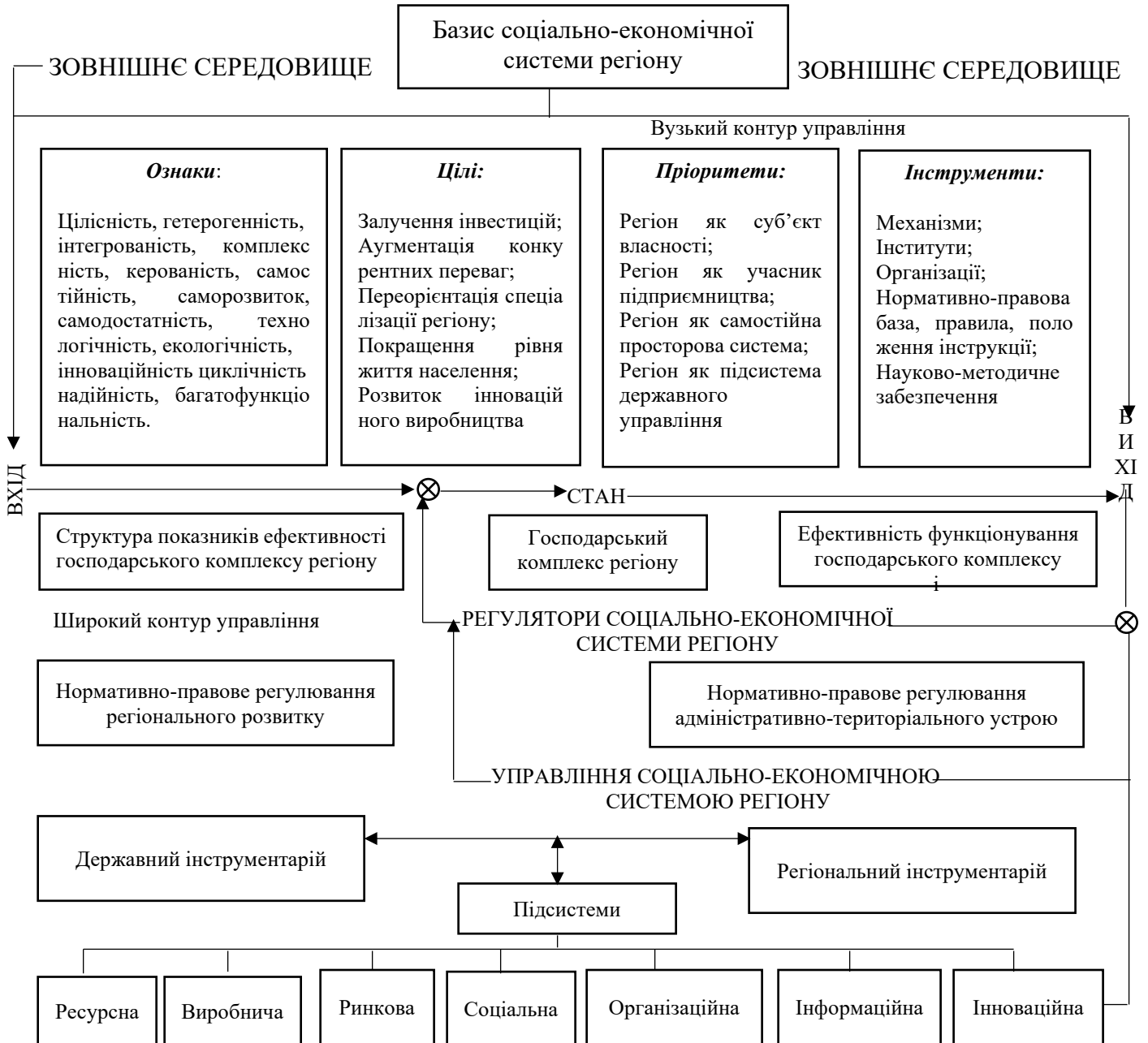


Рис. 2.5. Принципова схема соціально-економічної системи регіону.

Джерело: Складено автором на основі [29]

Принципова схема соціально-економічної системи регіону, далі СЕСР, дозволяє вирішити низку завдань. Так, наприклад, вона дозволяє узгодити дії державних та регіональних органів влади по оптимізації нормативно-правової бази, щодо регулювання економічної діяльності в регіоні, створюючи тим самим підґрунтя для обґрунтування необхідності у додаткових нормативних актах розвитку регіону на конкретний період.

Завдяки структуризації показників ефективності господарського комплексу регіону можна визначити найбільш суттєві фінансові джерела для регіонального розвитку, сфокусувати фінансові кошти програм на розв'язання регіональних проблем.

Взаємодія державного та регіонального інструментарію з підсистемами СЕСР (ресурсної, ринкової, виробничої тощо) надає можливість аргументовано заздалегідь сформулювати пріоритети й етапи розвитку регіону, визначити найбільш ефективні методи й способи розв'язання ключових завдань на кожному з етапів.

Спільні дії регуляторів державного та регіонального рівнів дозволяють оперативно узгодити заходи, щодо оптимізації галузевих і регіональних програм, а також скоординувати дії по їх реалізації у форматі єдиної системи заходів для конкретного елемента територіального утворення.

Перш за все треба відмітити, що запропонована авторська розробка становить відкриту систему, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем. Зовнішнє середовище являє собою набір факторів, що постійно впливають на функціонування СЕСР, як прямо, так і опосередковано. Основна задача всіх суб'єктів СЕСР ретельно відстежувати та в разі необхідності мінімізувати ризики, що пов'язані з непередбачуваністю впливу факторів зовнішнього середовища.

Вузкий контур управління являє собою сукупність елементів СЕСР таких як: ознаки, цілі, пріоритети, інструменти. Вони виробляються сумісно всіма

суб'єктами господарського комплексу регіону. Наприклад, туристичний комплекс окремо взятого регіону, який є пріоритетним з огляду на його спеціалізацію, стратегічні положення розвитку території розробляються одночасно на трьох рівнях: підприємства, галузь, місцеві органи влади.

Далі відбувається систематизація показників, які визначають ефективність СЕСР. В результаті систематизації (угруповання) отримуємо вихідні параметри з урахуванням впливу зовнішнього середовища, управління і дій регуляторів. Всі зазначені процеси відбуваються на вході в систему.

«Стан» показувати сукупність взаємозв'язків елементів в багаторівневій СЕСР. Забезпечення ефективності господарського комплексу регіону відбувається завдяки використанню оптимального методичного забезпечення та чинної нормативно-правової бази державного, регіонального локального рівнів.

На виході з системи відбувається критеріальна оцінка ефективності управлінських рішень, спрямованих на оптимізацію СЕСР, і релевантності даних, що надходять із зовнішнього середовища. Вся інформація піддається професійній обробці та інтерпретації, що, своєю чергою, дозволяє отримати уявлення про стан СЕСР в інформаційно зручній показовій формі.

Основна задача регулятора полягає у відстеженні змін параметрів об'єкта управління (безпосередньо, або за допомогою спостерігачів) і реагуванні на їх зміну за допомогою впливу відповідно до заданих параметрів управління [29].

В такому випадку регулятори СЕСР здійснюють корекцію параметрів «вхід» і «стан», використовуючи нормативно-правову базу з питань регіонального розвитку та регіонального нормативно-правового регулювання процесу формування оптимальної СЕСР.

У разі виявлення незначних відхилень показників «вхід» від нормативних значень «регулятори» самостійно впливають на кінцевий результат («малий» контур управління), а при значних відхиленнях корегування відбувається через «управління», що в результаті змінить параметри «регулятора» («великий»

контур управління).

На управління своєю чергою покладається виконання таких функцій як: аналіз стану системи й відхилень показників її функціонування від нормативних значень; визначення оптимальних методів впливу на відхилення; корекція вихідних умов, з метою усуненні конфлікту між зовнішнім середовищем і «станом»; прийняття рішень щодо вибору параметрів «регулятора»; вироблення рекомендацій для більш ефективного управління.

У процесі вирішення викладених вище завдань, необхідно регулярно відстежувати й прогнозувати ступінь впливу, зміни у функціонуванні та розвитку галузей, адаптивність СЕСР. Тобто необхідно створити систему моніторингу, що сприятиме підвищенню ефективності управління СЕСР.

Одним зі складових елементів, який входить до складу СЕСР і потребує відстеження та прогнозування, виступає туризм. В сучасному світі туризм розглядається як вагоме соціально-економічне явище, оскільки він прямо й опосередковано впливає на розвиток всієї соціально-економічної системи, і базується на високому рівні розвитку сфери послуг, транспорту, соціальної сфери.

Це перетворює сферу туризму у високоприбуткову складову економіки. Так, за оцінками Всесвітньої ради з подорожей і туризму прямий внесок туризму у світовий ВВП у 2018 році склав 10,4% світового ВВП або 8,3 трильйона доларів. Кожна десята вакансія у світі пов'язана з туризмом, в якому залучено близько 313 мільйонів людей. За період 2017-2018 рр. туристична сфера зросла на 4,6%, що перевищує ріст світового ВВП (який складає 3%) [283].

В контексті функціонування регіональної туристичної підсистеми, туризм, також може приносити в бюджет регіону чималий дохід (рис. 2.6).

На рисунку 2.6. представлена динаміка доходів від надання туристичних послуг 2010-2020 рр. (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових

платежів), тис. грн), яка демонструє його збільшення за останні 5 років більш ніж в 6 разів. Це свідчить про підвищення ролі туризму в економіці України.

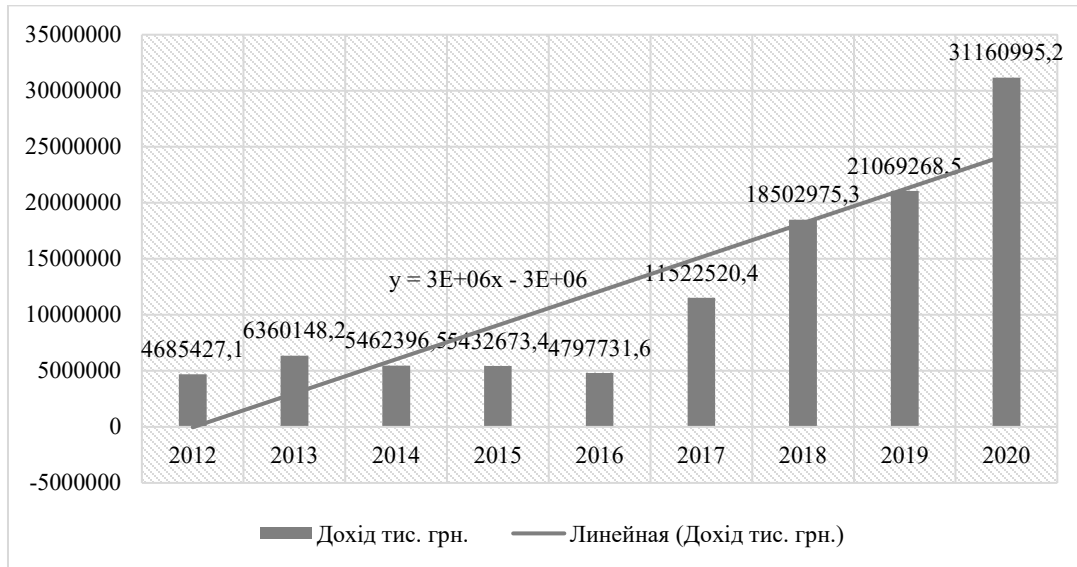


Рис. 2.6. Динаміка доходів від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів тис. грн.) 2012-2020 рр.

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України

Економічна підсистема туризму представлена перш за все туристичним ринком, який характеризується самоорганізацією, ієрархічністю, структурованістю, взаємозалежністю і пов'язаністю з зовнішнім середовищем, цілісністю, цілеспрямованістю поведінки суб'єктів відносин що виникають у сфері туризму. Він містить різні види діяльності й галузі економіки регіону, а також суспільні відносини у сфері туристичного підприємництва. Відповідно до ст. 6 Закону України «Про туризм» «...Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури й створює умови для туристичної діяльності...» Своєю чергою, особи, які здійснюють туристичну

(туроператорську і турагентську) діяльність поряд з іншими суб'єктами надання послуг у сфері туризму, а також об'єктами й засобами підприємницької діяльності (об'єкти пізнавального та спортивного призначення, засоби розміщення, транспортні засоби та ін.), є складовою частиною туристичної індустрії (ст. 5 Закону України «Про туризм») [86].

Виходячи зі сказаного вище, можна стверджувати, що мета економічної регіональної підсистеми туризму полягає у створенні мультиплікативного ефекту в економіці регіону і конкурентоспроможної національної туристичної індустрії, здатної до саморозвитку, яка забезпечує реалізацію крім економічних, також екологічні, соціальні, культурні та інші цілі туристичної сфери.

Варто зазначити, що результат взаємодії сфери туризму із соціально-економічною системою регіону може бути як позитивним, так і негативним. Позитивний вплив туризму на економіку регіону відбувається лише в тому випадку, коли туризм в регіоні розвивається всебічно, тобто не перетворює економіку регіону в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність сфери туризму припускає, що туризм в регіоні повинен розвиватися паралельно з іншими галузями регіональної економіки.

Економічна ефективність сфери туризму означає співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами від організації туризму в масштабах регіону, туристичного обслуговування населення регіону, виробничого процесу туристичних фірм. Вона виражається завдяки комплексу певних критеріїв і показників і є складовою частиною ефективності суспільної праці, що дає підстави стверджувати про доцільність дослідження проблем ефективності туризму на засадах комплексного підходу.

Прямий вплив туризму на соціально-економічну систему регіону можна оцінити завдяки порівнянню витрат туриста на покупку послуг і товарів туризму в динаміці. Витрачені туристами гроші створюють дохід та обумовлюють виникнення ланцюгової реакції: Витрат → доходи → витрати → доходи.

Непрямий вплив туризму на економіку регіону проявляється завдяки генеруванню вторинного попиту на товари й послуги, тобто непрямий внесок в економіку регіону виражається в ефекті повторних витрат туристів на покупку послуг і товарів в певний час і в певному місці. Цей ефект називається «ефект мультиплікації» або «мультиплікатор». Метод був розроблений відомим вченим-економістом В. Леонт'євим у 20-х роках попереднього століття [277].

У сучасній науковій літературі виділяють декілька моделей мультиплікаторів (табл. 2.1) [245].

Таблиця 2.1

Мультиплікатори впливу туризму на соціально-економічну систему регіону

№ з/п	Найменування мультиплікатора	Характеристика
1	Мультиплікатор доходів	Включає три аспекти впливу туристських витрат: - прямий вплив (витрати туриста на відпочинок: забезпечення прямого доходу готелям, ресторанам, барам, музеям, різним шоу, спорту і т.п.); - непрямий вплив (витрати туриста на комерційні операції з бронювання готелів, комісійні туристичних агентств - постачальників товарів); - стимулятор (витрати туриста створюють додатковий дохід регіону, що призводить до зростання споживання, забезпечуючи стимул для економічної діяльності).
2	Мультиплікатор комерційних операцій	Відображає зростання товарообігу підприємств, як результат зростання туристичних витрат. Додатковий попит на товари та послуги вимагає додаткового виробництва, що у свою чергу призводить до розвитку галузей, які випускають предмети споживання: сувенірну продукцію, вироби місцевих кустарних промислів і т. п.
3	Мультиплікатор продажу	Вимірює додаткову виручку від реалізації туристичних підприємств в результаті збільшення витрат туристів.
4	Мультиплікатор випуску	Мультиплікатор випуску визначає обсяг додаткової продукції або послуг, вироблених за рахунок збільшення витрат туристів. На відміну від мультиплікатора продажів мультиплікатор випуску визначає зміну обсягу випущеної, але необов'язково реалізованої продукції.

5	Мультиплікатор інвестицій	Визначається як вплив капіталовкладень на сумарний дохід. Збільшення інвестицій в сферу туризму впливає на всю соціально-економічну систему регіону та особливо на господарський комплекс.
6	Мультиплікатор зайнятості	Характеризує кількість робочих місць, що створені за рахунок додаткових витрат туристів. Він розглядається з однієї сторони, як відношення чисельності робочих місць, створених як безпосередньо в туристичній галузі, так і в суміжних галузях, що генеруються додатковою одиницею туристичних витрат до кількості робочих місць створених безпосередньо в туристичній галузі. З іншого боку, мультиплікатор зайнятості – це кількість робочих місць, створених завдяки розвитку туристичної галузі на одиницю туристичних витрат.

Джерело: складено автором на основі [245]

Взаємодія сфери туризму і СЕСР створює ефект збільшення сукупного доходу в туризмі, що має важливе територіальне значення. Сукупний дохід сфери туризму складається з доходу від туристичної діяльності й доходу регіону.

Обґрунтовано, що дохід від туристичної діяльності становить виторг організацій і підприємств від продажу туристам послуг і товарів, а дохід регіону – це податки, отримані з цього виторгу, що залишаються у розпорядженні регіону. Таким чином, можна зробити висновок про те, що гроші туристів залучаються в соціально-економічну систему регіону, коли туристична організація купує місцеві (регіональні) товари й послуги. Мультиплікативний вплив туризму на економічну складову СЕСР проявляється крізь ланцюгову реакцію «витрати → доходи → витрати → доходи ...». Яка проявляється в наступному: отриманий від споживача дохід надходить до виробника туристичного продукту. Той, своєю чергою, коштом надходжень покриває витрати, пов'язані зі створенням туристичної послуги, виплатою заробітної плати найманим працівникам, сплату податків, створення фонду накопичення тощо. Далі, отримавши якісний туристичний продукт, він пропонується ринку, на якому купується не тільки туристом, а й безпосередньо тим, споживачем, який

бере участь у його створенні. Тобто, отримана заробітна плата витрачається на створений туристичний продукт і цикл повторюється. При цьому дохід акумулюється в межах регіону.

Економічний вплив туризму супроводжується суттєвим соціокультурним ефектом. Соціальний ефект від розвитку туризму в регіоні проявляється, перш за все, у створенні додаткових робочих місць в туристичній індустрії, підвищенні зайнятості населення, формуванні попиту і споживання на послуги, а також у стимулюванні розвитку слабких в економічному плані регіонів (рис. 2.7).

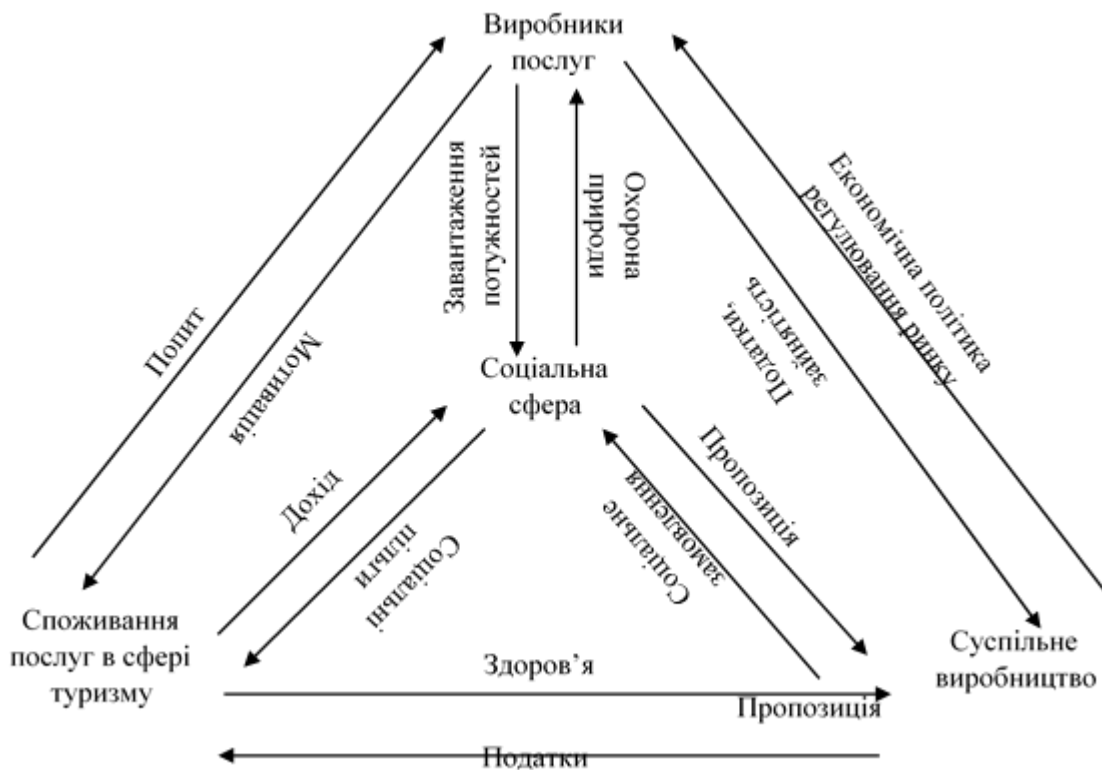


Рис. 2.7. Тріада суб'єктів сфери туризму та їх економічна взаємодія.

Джерело: складено автором на основі [36]

Крім того, сфера регіонального туризму стимулює розвиток інших галузей, які в тому числі складають СЕСР. Серед них торгівля, громадське харчування,

розміщення, транспорт, зв'язок, сфера послуг, виробництво сувенірної продукції, сільське господарство, будівництво й інші. Виходячи зі сказаного можна констатувати, що туризм сам по собі є одним з рушійних факторів соціально-економічного розвитку регіону.

Соціальна сфера туризму проявляється не тільки через вплив на соціальну складову суспільства, вона сприяє створенню системи соціального туризму, яка функціонує в ролі некомерційного сектору за підтримки держави й місцевих органів влади, державних позабюджетних фондів, коштів роботодавців.

До складу соціальної підсистеми входять органи державного і місцевого управління у сфері туризму, державні та приватні підприємства, установи, які надають різні послуги у сфері туризму, некомерційні освітні та наукові організації, установи соціального обслуговування населення, санаторно-курортні організації й т.п.

Особливість сфери туризму проявляється в тому, що з одного боку туризм сам по собі є самостійною системою, а з іншого, будучи складовим елементом СЕСР, туризм виступає особливим предметом життєдіяльності та економічних відносин. Кожна складова, попри свою внутрішню складність, є елементом системи вищого рівня (соціальної сфери, економіки та т.д.).

Таким чином, туризм має свої власні цілі, які одночасно є і цілями СЕСР. Зазначені цілі, як і підсистеми, гармонійно пов'язані між собою та знаходяться в постійній взаємодії прагнучи до балансу. Елементи підсистем і цілі, можуть характеризуватися різними станами, властивостями в залежності від поточних потреб і завдань туризму. Варто зазначити, що цілі можуть трансформуватися протягом часу, а також мігрувати з однієї підсистеми в іншу.

Як вже було зазначено раніше, розвиток сфери туризму в регіоні може впливати на соціально-економічну систему регіону не тільки позитивно, а й негативно. Групування позитивного і негативного впливу від взаємодії сфери туризму з соціально-економічною системою регіону наведено у (табл. 2.2-2.3).

**Ключові позитивні аспекти взаємодії сфери туризму
з соціально-економічною системою регіону**

Сфера	Економічний вплив	Соціальний вплив	Екологічний вплив
Розміщення	Зайнятість і дохід для місцевого населення; ринки для місцевих товарів і послуг; розвиток інфраструктури	Запобігання міграційному відтоку, особливо із віддалених або сільських районів; збереження традиційного стилю архітектури	Альтернатива іншій, більш руйнівній діяльності; охорона прилеглих природних об'єктів
Круїзи	Розширення участі в міжнародному поділі праці; зайнятість і дохід для місцевого населення, позитивний імідж за кордоном	Концентрація діяльності близько терміналів	Створення фондів з дослідження і охорони природних об'єктів
Розважальна сфера	Основа для початку диверсифікації місцевої економіки	Внесок в розвиток місцевих традицій	Створення національних парків, заповідників
Харчування	Зростання споживання місцевих товарів; зв'язок з іншими секторами економіки та ін.	Підтримка традиційних форм господарювання	Створення передумов для споживання натуральних продуктів (зменшення використання ГМО, шкідливих барвників тощо)
Транспорт	Стимуляція розвитку суміжних галузей; зростання податкових надходжень до бюджету регіону	Нові можливості культурно-соціального обміну	Створення передумов для використання транспорту з найменшим негативним впливом на навколишнє середовище (електромобілі, тощо)

Джерело: складено автором на основі [13]

Таким чином, в наведених таблицях зображено позитивний і негативний вплив кожного елемента туристичної сфери: розміщення, харчування, розваги, круїзи й транспорт, з ключовими складовими сталого розвитку. Тобто, продемонстровано особливості взаємодії сфери туризму з соціально-

економічною системою регіону.

Цінність даного підходу полягає в простоті й наочності, яка своєю чергою спрощує роботу органам місцевого управління в процесі розробки стратегії розвитку регіону, програм і планів її реалізації. Крім того, така деталізація в сукупності з принциповою схемою соціально-економічної системи регіону дозволяє отримати мультиплікативний ефект за такими напрямками:

- сприяє розвитку спорту як окремої галузі народного господарства;
- стимулює розвиток засобів розміщення й об'єктів харчування;
- впливає на збільшення завантаження засобів розміщення й об'єктів харчування, що призводить до зростання доходів підприємств і розширює їх інвестиційні можливості;
- сприяє досягненню цілей регіональної політики, щодо формування та функціонування інфраструктури (ресурси, отримані від туризму спрямовуються на будівництво і реконструкцію автомобільних доріг, розвиток систем зв'язку та організацію дорожнього сервісу);
- активізує товарообіг роздрібною торгівлі та обсягів реалізації сфери послуг;
- пожвавлює соціальну складову регіону (збільшення числа робочих місць, зростання доходів населення, підвищення якості життя населення регіону);
- призводить до раціоналізації природокористування;
- сприяє зберіганню біологічного різноманіття регіону;
- сприяє збереженню культурної самобутності місцевого населення;
- стимулює екологічну освіту;
- сприяє відновленню психічного і фізичного здоров'я людини;
- задовольняє не тільки потреби туристів у розвиненій інфраструктурі, а й потреби місцевого населення;
- генерує вторинний попит на товари й послуги (мультиплікативний ефект), отриманий коштом швидкості обороту туристських витрат;

– дозволяє отримувати додаткові фінансові ресурси коштом надходжень податків в регіональний бюджет, які в разі їх цільового використання можуть бути спрямовані на збереження історико-архітектурних пам'яток, благоустрій міст і сільських поселень.

Таблиця 2.3.

Ключові негативні аспекти взаємодії сфери туризму з соціально-економічною системою регіону

Сфера	Економічний вплив	Соціальний вплив	Екологічний вплив
Розміщення	Збільшення вартості оренди землі; втрата економічної незалежності	Сезонність зайнятості, низький статус посад для місцевих працівників	Інтенсивне використання ресурсів, забруднення води, зростання відходів, втрата с.-г. земель
Круїзи	Анклавність структур; узурпація влади іноземними компаніями	Використання більш дешевої робочої сили іноземних працівників	Масивне забруднення твердими відходами; використання палива з шкідливими домішками
Розважальна сфера	Відтік твердої валюти і традиційних сфер зайнятості	Запозичення іноземних культурних цінностей, зіткнення матеріальних і ментальних інтересів. Споживацьке ставлення до місцевої культури - ефект «зоопарку»	Шумове навантаження на навколишнє середовище; деградація ландшафтів
Харчування	Зростання споживання імпортованих товарів, що прямопропорційно зменшує споживання продукції вітчизняного виробника, інфляція	Виникнення «ефекту демонстрації», тобто імітація у споживанні, у способу життя, тощо	Зростання числа пластикових упаковок; навантаження на с.г. у зв'язку зі збільшенням споживання продуктів харчування
Транспорт	Виникнення незбалансованого розвитку території, залежність від міжнародної економічної кон'юнктури	Сезонність зайнятості, нестабільність в доходах	Забруднення навколишнього середовища шкідливими викидами в атмосферу

Джерело: складено автором на основі [13]

Узагальнивши вищесказане, можна констатувати, що туризм займає найважливіше місце як в господарському комплексі країни, регіонів, окремих міст, так і у світовій господарській системі. Розвиток туризму сприяє подальшому поглибленню процесу інтеграції й міжнародної спеціалізації. Необхідно приділяти серйозну увагу сфері туризму, як великому сектору економіки країни, як взаємозалежної системи, що впливає як на економічні, так і на соціальні процеси в суспільстві.

2.2. Методологічні підходи до дослідження регіонального ринку сфери туризму

Враховуючи той факт, що всі товари й послуги, пов'язані з туризмом, споживаються також і місцевими жителями, (це відноситься в тому числі й до транспорту, громадського харчування, дозвілля тощо); туристи споживають туристські й не туристські товари, а туристські види діяльності виробляють туристський і не туристський продукт (готелі пропонують побутові послуги, бізнес-послуги, послуги краси та ін.), важко оцінити результат функціонування туристичної сфери, тому виникає необхідність в узагальненні методологічних підходів до аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг і виокремленні найбільш дієвих з огляду на напрям обраного дослідження.

В контексті розв'язання зазначеної проблематики вважаємо доречним встановити сутність таких понять як «методика» і «методологія». В ході дослідження, встановлено, що з'ясуванням сутності та відмінних рис двох зазначених понять присвячено не одну роботу, однак, до теперішнього часу у науці ведуться сперечання між філософами, педагогами, економістами.

Взагалі термін «методологія» походить від грецької «méthodos», що означає шлях дослідження, теорія і «lógos» - вчення. Таким чином у буквальному розумінні «методологія» це вчення про метод.

Поняття «методологія» в архаїчній літературі вживається у двох основних значеннях: 1) як сукупність методів, що застосовуються в якій-небудь сфері діяльності; 2) як вчення про науковий метод пізнання. Таким чином, термін «методологія» розглядається у вузькому і широкому сенсі [121].

У дослідженнях, більш пізнього періоду (1980-1990 рр.) підкреслюється дієвий характер, у зв'язку з чим під методологією розуміється інструмент не тільки теоретичного пізнання, а й перетворення дійсності [22].

Так Е. Юдін вважає, що методологія науки надає характеристику компонентам наукового дослідження, його об'єкта, предмета аналізу, задач, сукупності дослідних засобів необхідних для їх вирішення, а також сприяє формуванню уявлення про послідовність дій вченого в процесі вирішення дослідних завдань.

Подібну позицію поділяють і інші науковці, які наголошують на тому, що «методологія - це система принципів і способів організації та будови теоретичної й практичної діяльності, а також вчення про цю систему» [142].

Г. Рузавін зазначав, що «головна мета методології науки полягає у вивченні тих методів, засобів і прийомів, за допомогою яких отримуються й обґрунтовуються нові знання в науці». Проте, крім цього основного завдання, методологія вивчає в тому числі структуру наукового знання взагалі, місце і роль в ньому різних форм пізнання, зокрема, методи аналізу і побудови різних систем наукового знання [211].

В. Краєвський, В. Полонський розглядали методологію як спосіб зв'язку науки й практики [121], а Н. Масюкова - як засіб допомоги науки практиці [135].

Як бачимо, довгий час методологія розглядалася крізь призму вчення про методи діяльності. Така тенденція зрозуміла, оскільки тлумачення поняття «методологія» мало певне історичне підґрунтя: в умовах поділу праці на працю розумову і фізичну (за К. Марксом), відносно невелика чисельність людей «розумової праці» висувала цілі для діяльності, а інші «виконавці фізичної праці»

повинні були сприяти реалізації поставлених цілей. З цієї причини розуміння методології обмежувало її предмет аналізом [120].

У психології та пов'язаною із нею сферою в класичному вигляді методологію розглядали за формулою «мета → мотив → спосіб → результат». Мета задавалася людині «ззовні»; мотив або «нав'язувався» ззовні, або людина формувала його самостійно. Для вільного прояву творчості, для більшої частини людей, залишався тільки один спосіб – метод. Це зумовило формування розуміння методології у вузькому сенсі «як вчення про науковий метод пізнання».

В гуманітарних і суспільних науках в силу недостатнього рівня розвитку теоретико-методичного апарату, склалася тенденція відносити до методології всі теоретичні побудови, що знаходяться на вищому рівні абстракції, ніж усталені узагальнення, які знайшли широке розповсюдження. Тобто в цьому випадку можна констатувати невизначеність і багатозначність предмета методології, яку можна пояснити більш пізнім розвитком. Так в радянські часи теорія методології стала розвиватися в 60-тих - 70-тих роках. Основоположниками методології науки вважаються П. Копнін, В. Лекторська, В. Садовський, В. Швирєв, Г. Щедровицький, Є. Юдін та інші. Долаючи ідеологічний тиск, ці вчені поділили методологію того періоду на чотири базових рівні (рис. 2.8).

Перший і другий рівні вищевказаної ієрархії відведені філософам, але філософи, як відомо, конкретних наукових фундаментальних чи прикладних досліджень не ведуть. Їх дослідження присвячені власним міркуванням, в яких аналізуються найбільш загальні результати, отримані в різних галузях наукового знання минулих періодів (десятиліттях, століттях). Виходячи зі сказаного, філософський і загальнонауковий рівні належать до гносеології (наука про пізнання, логіку), тобто до тих аспектів, які пов'язані з наукою як зі сформованою системою наукових знань.

Для представників конкретних наук: фізика, хімія, педагогіка і т. д. відводився третій рівень «конкретно науковий», який розкривав методологію з позиції науки про організацію діяльності проведення власних досліджень в цей час. Однак, методології третього рівня спиралися на конкретні методики й техніки наукових досліджень, залишаючи поза увагою філософію чи власні вчення, тому їх результати майже не представляли інтерес для дослідників інших конкретних предметних областей.

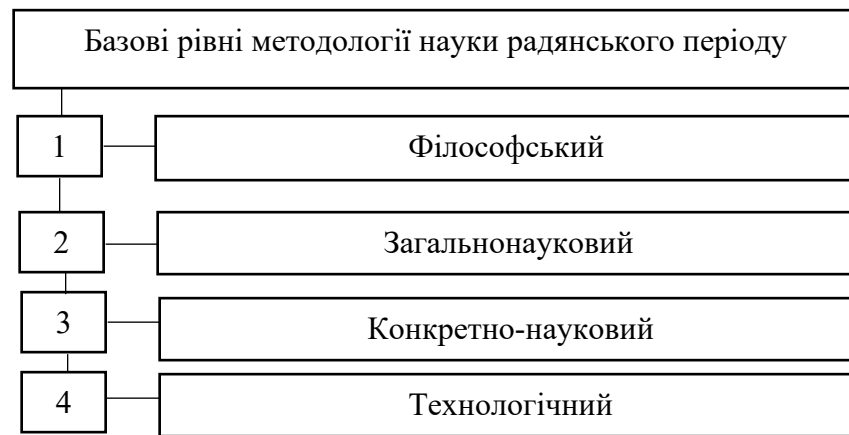


Рис. 2.8. Базові рівні методології науки радянського періоду.

Джерело: складено автором на основі [142]

Четвертий рівень «технологічний» відведено «простим» вченим прикладних досліджень (інжиніринг, будівництво), які займаються конкретними методиками й техніками досліджень і часто знаходяться в значному або в повному відриві від верхніх рівнів представленої на рис. 2.8. будови методології.

Таким чином, можна зробити висновок, що подібна ієрархія методології практично цілком належить до наукової діяльності, але наукова діяльність є лише одним зі специфічних видів людської діяльності, поряд з іншими прикладними сферами на які також має поширюватися поняття «методологія», в тому числі поняття «методологія практичної діяльності».

Після 90-х років ХХ століття, завдяки роботам та просвітницькій діяльності

Г.П. Щедровицького методологію науки було розділено на два типи (рис. 2.9).

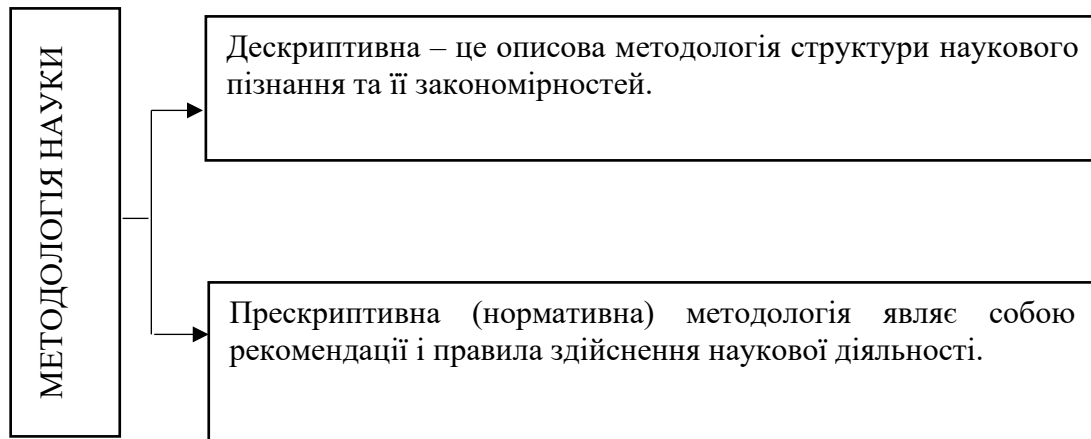


Рис. 2.9. Типи сучасної наукової методології. Джерело: складено автором на основі [142]

В період з 1990-х до 2000-х років активізувалося формування груп фахівців, так званих «методологів», серед яких відзначається великий доробок О. Анісімова, Ю. Громико, П. Щедровицького та ін. Вони започаткували «організаційні ігри» з колективами працівників спочатку у сфері освіти, потім сільського господарства, з політологами та т. д., які спрямовували на осмислення інноваційної діяльності, що принесло їм досить широку популярність. Паралельно з цим стали з'являтися публікації вчених, присвячені аналізу та науковому обґрунтуванню інноваційної діяльності в освіті, інженерній справі, в економіці й т.д.

Наприкінці 90-х років, термін «методологія» з'явився у теорії програмування. Програмісти під методологією розуміли загальний метод створення комп'ютерних програм, тобто тип стратегії [9]. Зазначений факт став точкою відліку у формуванні нового напрямку – методології практичної діяльності. Методологія практичної діяльності – це вчення про безпосередню організацію конкретної діяльності [142]. Як бачимо, таке визначення однозначно

детермінує предмет методології як організація діяльності

В контексті встановлення сутності та спряженості понять «методологія», «методика», «метод» з'ясувалася неоднозначність змісту поняття «організація».

В різних джерелах під організацією розуміються різні процеси. В буквальному розумінні, згідно з Вікіпедією, організація – це сукупність процесів або дій, що ведуть до утворення і вдосконалення взаємозв'язків між частинами цілого; згідно з Г. Криловим, М. Хромченко організація – це внутрішня упорядкованість, узгодженість взаємодії більш-менш диференційованих і автономних частин цілого, яка обумовлена будовою [142]; Каган М. організацію розглядає як об'єднання людей, які спільно реалізують деяку програму або мету і діють на основі певних процедур і правил.

Людська діяльність (цілеспрямована активність людини) може поділятися на продуктивну і репродуктивну діяльність. Репродуктивна, на думку М. Когана, є копією з діяльності іншої людини, або копією своєї власної діяльності, освоєної в попередньому досвіді. Продуктивна діяльність, спрямована на отримання об'єктивно нового або суб'єктивно нового результату [94].

Як бачимо, не всяка діяльність потребує організації. Необхідність організації виникає в разі продуктивної діяльності, тільки в цьому випадку виникає необхідність застосування методології. Організувати діяльність означає впорядкувати її в цілісну систему з чітко визначеними характеристиками, логічною структурою (рис. 2.10) і етапами її здійснення – часовою структурою.

Схема узагальненої структури сучасної методології містить такі найважливіші компоненти як логічна, часова структура діяльності і її характеристика. Логічна структура складається з форм, засобів, результатів діяльності, методів, об'єкту, предмету, суб'єктів. Крім того, у зазначеній структурі є зовнішні характеристики діяльності до яких відносяться: принципи, умови, особливості, норми тощо.

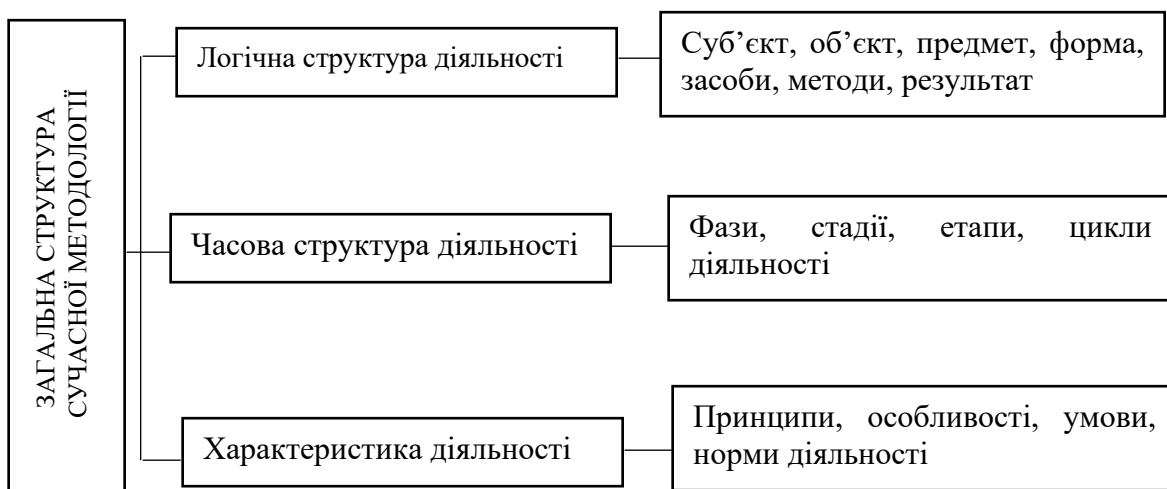


Рис. 2.10. Узагальнена структура сучасного бачення методології.

Джерело: складено автором на основі [121, 142]

Таким чином, узагальнена структура дає підстави стверджувати, що методологія – це вчення про методи пізнання, систему принципів, визначених прийомів, способів і правил, за допомогою яких вирішуються пізнавальні завдання (здійснюється наукове дослідження). Таке розуміння категорії «методологія» в сукупності з авторським баченням її структури, дозволяє узагальнити різні наявні в літературі підходи трактування зазначеного поняття; з єдиної позиції представити логіку складових елементів та напрямів діяльності.

Як вже неодноразово наголошувалося, кожна наука має свою методологію. Наряду зі сказаним вище, вважаємо необхідним представити основні види методології (рис. 2.11).

Як видно з (рис. 2.11) кожен окремо взятий вид методології, так чи інакше ґрунтується на методах. Згідно з економічним словником *мéтод* або *метóда* [79] (від грец. *μέθοδος* – «шлях крізь») – спосіб досягнення будь-якої мети. Основна функція методу полягає в ефективній організації процесу пізнання. Метод дисциплінує мислення дослідника, сприяє економії ресурсів аналітика, дозволяє уникати помилок, а також відрізнити справжнє від «несправжнього» в процесі пізнання. Метод може виходити з різних концепцій в залежності від мети

дослідження.

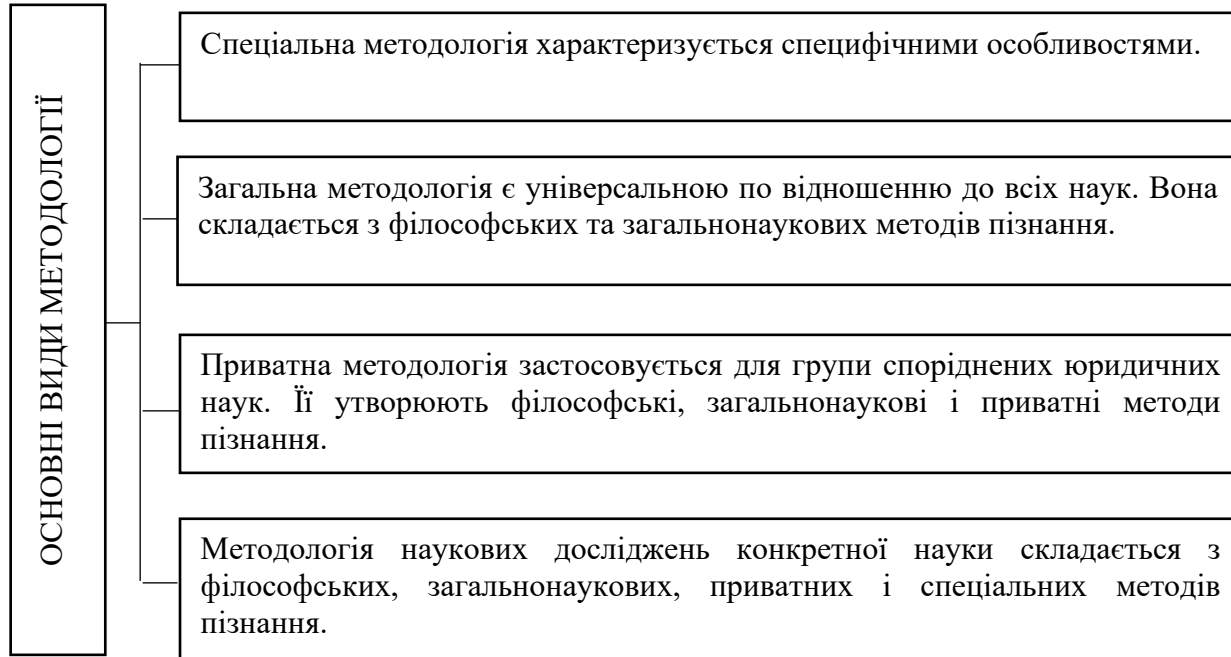


Рис. 2.11. Основні види методології.

Джерело: складено автором на основі [142]

Таким чином, методологія являє собою сукупність прийомів пізнання, завдяки якій відбувається розробка певних правил отримання результату, тобто вона є внутрішньою закономірністю людського мислення. Сутність метода на відміну від методології, полягає у конкретному шляху дослідження; методологія – це система близькоспоріднених методів, метод є інструментом пізнання.

Наступне поняття – «методика». Згідно з тлумачним словником, методика будується на будь-якій теоретичній концепції [79] і становить сукупність взаємозв'язаних методів та прийомів проведення будь-якої роботи. Методика на відміну від методології, відрізняється більш вузькою сферою впливу. Аналіз наукових точок зору, щодо етимологізації категорії «методика» дозволив встановити, що в процесі пізнання, вона може бути «початком роботи», «продовженням роботи», «завершенням роботи», або її описом. Тобто, якщо будь-яку діяльність розділити на етапи, кожен етап може мати різну методіку. В

такому випадку можна стверджувати, що методика, як конкретний прийом пізнання (дослідження) навколишнього світу, є складовою частиною методології, а метод своєю чергою формує методику. Наприклад, анкета – це метод збору інформації про стан туристичної сфери, яка має свою структуру, обов'язкові питання. Опитування в цьому випадку виступає методикою збору первинної інформації, до складу якої входять: метод-фокус груп, опитування за допомогою анкети, опитування телефоном тощо. Сукупність різних інструментів збору інформації (опитування, спостереження, імітація) наряду з іншими складовими (мета, завдання, принципи, чинники тощо) це методологія дослідження впливу туристичної сфери на соціально-економічну систему регіону. Отже, під методологічним підходом аналізу в роботі розуміється логічно організоване наукове дослідження, сутність якого полягає в концептуальному викладі мети й предмета дослідження, виборі методів, обґрунтуванні принципів і підходів його проведення, які своєю чергою повинні забезпечити отримання об'єктивної, правдивий, систематизованої, науково обґрунтованої інформації про функціонування регіонального ринку туристичних послуг.

У зв'язку з цим важливим моментом, при проведенні комплексного аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг, є виділення двох рівнів дослідження, а саме, теоретико-концептуального та емпіричного (рис. 2.12).

1) Теоретико-концептуальний рівень аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг, спрямований на забезпечення дослідження висуненням гіпотез і теорій, законів і закономірностей розвитку ринку туристичних послуг, методів пізнання причинно-наслідкових зв'язків, обґрунтування поняттєвого апарату.

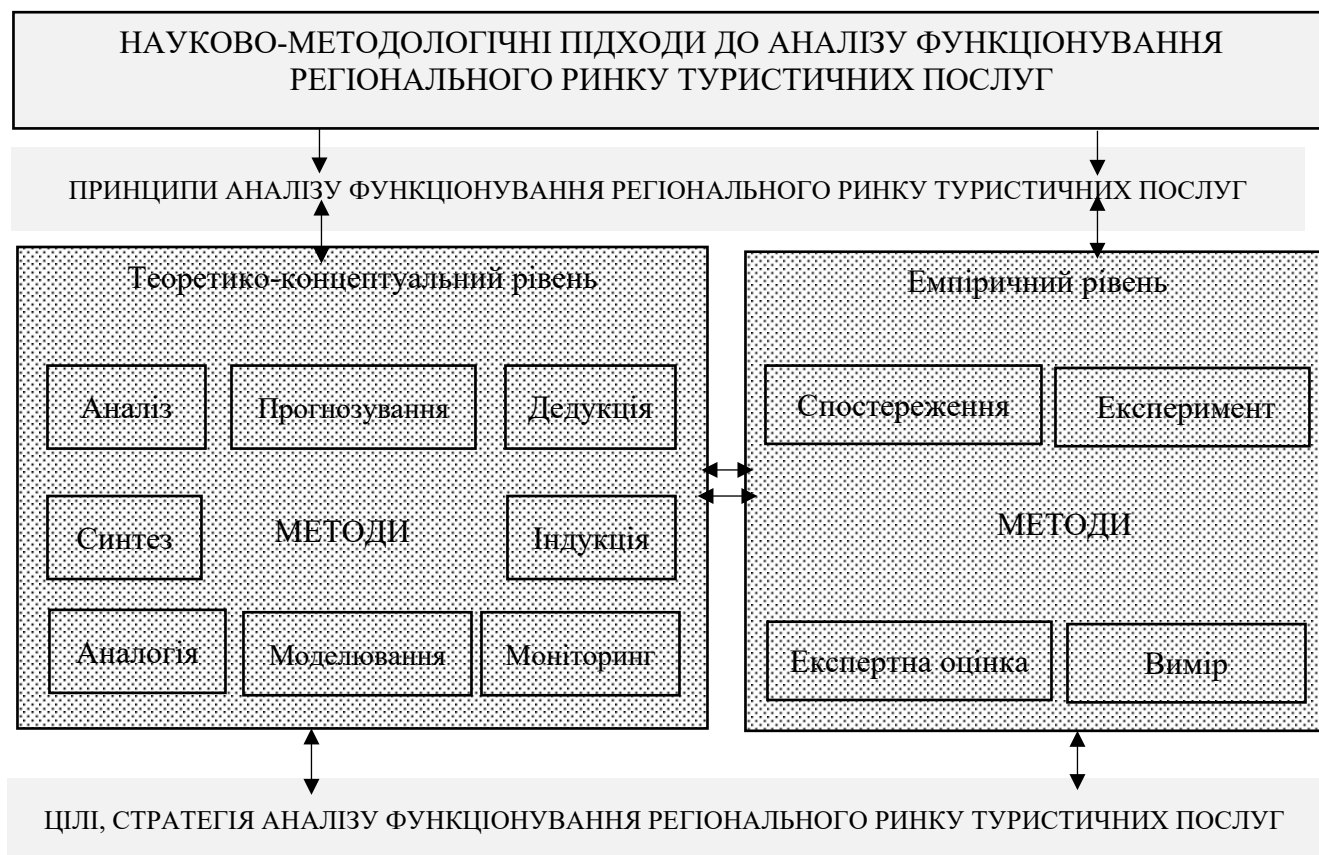


Рис. 2.12. Науково-методологічні підходи до аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг.

Джерело: складено автором на основі [121, 142, 161, 211]

Що стосується загальнологічних методів, то серед них необхідно виділити й розглянути такі методи як аналіз і синтез, індукцію і дедукцію, аналогію і моделювання, моніторинг та прогнозування. З урахуванням того, що комплексний аналіз функціонування регіонального ринку туристичних послуг перш за все передбачає конкретизацію загального уявлення про нього, у зв'язку з цим спочатку його потрібно розчленувати (подумки або фізично) на складові частини. Потім вивчити кожну складову, при цьому необхідно виділити властивості й ознаки, їх роль в системі цілого і встановити зв'язки відносин. Після цього частини необхідно об'єднати в єдиний предмет і скласти конкретно-загальне уявлення, тобто таке уявлення, яке спирається на глибоке знання

внутрішньої природи регіонального ринку туристичних послуг. Все це дозволяє здійснити зазначений вище набір процедур.

Розчленування регіонального ринку туристичних послуг на його складові частини з метою їх всебічного вивчення дозволяє здійснити аналіз. У зв'язку з цим А.Д. Шеремет зазначає, що за допомогою аналізу вивчають реальну дійсність - факти, процеси, тобто той первинний матеріал, який підлягає дослідженню. Завдання аналізу полягає в тому, щоб за видимістю явищ розкрити їх сутність, зрозуміти наявні між ними зв'язки, дізнатися причини їх виникнення, тенденції розвитку. Проникнення в сутність явищ що досліджуються можливо за допомогою наукових методів дослідження [250]. Використання аналізу, як методу комплексного наукового дослідження, дозволяє схарактеризувати регіональний ринок туристичних послуг з точки зору його конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, інноваційного розвитку тощо.

Синтез дає можливість з'єднати раніше виділені частини регіонального ринку туристичних послуг в єдине ціле. Використання синтезного методу в дослідженнях регіонального ринку туристичних послуг дозволяє об'єднати отримані в процесі аналізу результати, а потім на їх основі обґрунтувати силу (ступінь інтенсивності) і напрям (тенденції) впливу одних процесів і явищ на інші. Так, наприклад, синтезний метод дозволяє визначити, як (з якою силою) частота покупок і стандартних норм розповсюдження туристичних товарів і послуг впливає на інноваційний розвиток, чи інвестиційну привабливість регіону.

Індукція сприяє побудові спільного висновку на основі приватних умовиводів, тобто це свого роду підсумок, при якому з окремих індивідуальних положень виводиться загальний висновок. Це метод пізнання, який пов'язаний з узагальненням результатів спостережень і експериментів, отриманням загальних суджень, в якості яких можуть виступати емпіричні й теоретичні закони,

гіпотези, узагальнення. Метод індукції дозволяє виявити залежність між явищами, будувати емпірично обґрунтовані гіпотези, а також сприяє встановленню залежності між частотою покупок і стандартних норм розповсюдження туристичних товарів і послуг та місткістю ринку, місткістю ринку та інвестиційною привабливістю регіону, інвестиційною привабливістю регіону та інноваційним розвитком тощо.

Дедукція має протилежний зміст до індукції і являє собою перехід від загального до конкретного. В роботі Будовіч Ю.І. обґрунтовано, що підвищення ефективності економіко-теоретичних досліджень досягається шляхом застосування в макроаналізі конкретно-дедуктивного методу і широкого використання дослідницьких результатів інших економічних наук [27]. Створене таким шляхом теоретичне знання зумовлює подальший хід емпіричних досліджень і задає вектор побудови нових індуктивних узагальнень. В цілому, на початковій стадії наукового дослідження переважає індукція, в ході розвитку й обґрунтування наукового знання починає домінувати дедукція. Як приклад використання цього методу можна навести дослідження стану навколишнього середовища і визначення впливу окремих його чинників на частоту покупок і стандартних норм розповсюдження туристичних товарів і послуг, або силу впливу того чи іншого чинника на функціонування регіонального ринку туристичних послуг.

В контексті аналогії, необхідно відзначити, що в сучасній науці під даним методом розуміють такий стан, при якому на основі подібності об'єктів в одних ознаках роблять висновок про їх подібність і в інших ознаках. Так при вивченні покупців товарів та послуг Ф. Котлером, був використаний метод сегментування, який передбачає поділ ринку на чіткі групи споживачів, кожному з яких може знадобитися певний товар чи комплекс маркетингу [119].

При цьому обов'язковою умовою сегментації ринку, є визначення критеріїв, і на їх підставі надалі виділяється цільовий сегмент, на який, власне, і

повинен бути орієнтований туристичний продукт або комплекс маркетингу. За аналогією можна проводити сегментування регіонального ринку туристичних послуг. В такому випадку варто зазначити, що особливої уваги з боку держави набуває окреслення проблемних сегментів тобто тих, що потребують додаткової підтримки. Це, в першу чергу, такі малоконкурентоспроможні групи осіб, рівень доходів яких знаходиться нижче середнього, вони потребують оздоровлення, але з причини неплатоспроможності, не можуть дозволити собі відпочинок.

До таких груп можна віднести молодь, що досягла працездатного віку, літніх людей, інвалідів, жінок з дітьми. За допомогою методу сегментування можна виявити потенційні можливості з боку попиту та пропозиції туристичного ринку, і надалі визначити перспективи для його ефективного функціонування з одного боку, а також задоволення потреб незахищених верств населення з іншого, створивши тим самим соціальний ефект. Висновки за аналогією, що в широкому розумінні розглядаються як перенесення інформації про одні об'єкти на інші, складають гносеологічну основу моделювання.

Моделювання своєю чергою передбачає вивчення регіонального ринку туристичних послуг шляхом створення і дослідження його копії (моделі), яка здатна замістити оригінал з певних сторін, що цікавлять пізнання. Модель завжди відповідає оригіналу в тих властивостях, які підлягають вивченню, але в той самий час відрізняється від нього за рядом інших ознак, що робить модель найзручнішою для дослідження даного об'єкта. Необхідність моделювання зумовлена розкриттям невизначених сторін об'єктів, тобто тих, які не піддаються безпосередньому вивченню. Моделі, що застосовуються в повсякденному і науковому пізнанні, можна розділити на два великі класи: матеріальні й ідеальні. Перші є природними об'єктами, котрі підпорядковуються у своєму функціонуванні природним законам. Другі є ідеальними утвореннями, які зафіксовані у відповідній знаковій формі й функціонують за законами логіки, що зображає світ [211]. Так, наприклад, модель «витрати - випуск» (Input-Output

Model) є потужним інструментом для опису і розуміння галузевих взаємин в економічній системі, а також оцінки внеску окремих галузей в економіку. Ця модель дозволяє аналізувати міжгалузеві зв'язки в національному і регіональному господарстві й визначати можливі напрямки оптимізації галузевої структури. Враховуючи те, що туризм належить до категорії споживання, доцільним є дослідження впливу туризму на макроекономічні показники на засадах аналізу зв'язків між попитом і пропозицією.

Метод «витрати - випуск» допомагає виявити взаємини туристичної сфери з усіма виробничими секторами економіки. Такий аналіз надає об'єктивну та всебічну інформацію, що дозволяє обґрунтовувати й розробляти програми розвитку туризму на різних рівнях туристичної сфери, а також формувати політику в галузі туризму з більш глибоким розумінням її наслідків.

У міжнародних рекомендаціях по статистиці туризму ЮНВТО (МРСТ2008) відзначається, що до переваг цього підходу відноситься те, що в моделі «витрати - випуск» можна зобразити не тільки традиційні витрати, але й екологічні витрати, які оцінюються кількісно, а в випуск можна включати відходи, емісію парникового газу та інші побічні продукти, що спричиняють значний вплив на навколишнє середовище. За кордоном накопичено багатий досвід використання моделей «витрати - випуск» для аналізу економічних показників в туризмі [143].

Сучасні умови розвитку науки та техніки зумовили необхідність активізації використання у практиці комп'ютерного моделювання.

В арсеналі сучасної економічної науки є достатньо прогресивний метод – моніторинг, який дозволяє всебічно підійти до аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг, своєчасно виявити негативні (позитивні) прояви його впливу на економіку в цілому у взаємодії з іншими секторами економіки, а також його відбиття на якості життя населення країни, економічних районів і областей. Моніторинг туристських ресурсів, об'єктів

туристичної індустрії забезпечує отримання об'єктивної картини взаємодії різних галузей господарства з метою комплексної оцінки напрямів вдосконалення та ефективності функціонування пов'язаних галузей, виключення міжгалузевих диспропорцій, які негативно позначаються на загальному розвитку території. Зокрема, моніторинг сприяє формуванню позитивного туристичного іміджу регіону. Крім того, проведення моніторингу на постійній основі, дозволяє державним та місцевим органам влади своєчасно отримувати інформацію про тенденції розвитку туристичного ринку в динаміці, оперативно реагувати на негативні зміни, корегувати розроблені програми та плани розвитку індустрії туризму, зважено та своєчасно розробляти рекомендації щодо їх коригування, підвищити результативність управління туристською галуззю загалом.

Таблиця 2.4.

Кількісні методи прогнозування регіонального ринку туристичних послуг

Рівняння	Характеристика
Метод «без змін»	
$F_t = A_{t-1}$ $F_t = A_{t-1} \left(\frac{A_{t-1}}{A_{t-2}} \right)$ $F_t = A_{t-m},$ <p>де F - прогнозне значення; A - фактичне значення часового ряду; t - період часу; m - кількість періодів в році.</p>	1) Передбачає відсутність змін між періодами, 2) передбачає, що відсоток зростання між періодами залишиться незмінним, 3) Передбачає відсутність змін між періодами з урахуванням сезонності.
Метод SMA	
$F_t = \frac{A_{t-1} + A_{t-2} + A_{t-3}}{n},$ <p>де n кількість минулих періодів</p>	На відміну від попереднього методу зменшує вплив атипових подій на прогнозне значення з урахуванням значень попередніх періодів.
Метод одиночного експоненціального згладжування	
$F_t = \alpha A_{t-1} + (1 - \alpha) F_{t-1},$ <p>де α константа, що згладжує рівень і тренд від 0 до 1.</p>	0-старі дані рівноцінні новим 1-беруться до уваги тільки нові дані
Метод декомпозиції	
$A_t = T_t C_t S_t e_t,$ <p>де A – фактичне значення часового ряду; T – компонента тренду; C – циклічна компонента;</p>	Класичний метод передбачає наявність не менше чотирьох факторів, що впливають на тренд.

<i>S</i> – компонента сезонності; <i>e</i> – величина помилки; <i>t</i> – період	
Метод подвійного експоненціального згладжування Брауна	
Рівень: $\alpha A_t + (1 - \alpha)(L_{t-1} + b_{t-1})$ Тренд: $b_t = \alpha(L_t - L_{t-1}) + (1 - \alpha)b_{t-1}$ Прогноз: $F_{t+h} = (L_t + hb_1)$ <i>L</i> – рівень рядів <i>α</i> - константа, що згладжує рівень і тренд від 0 до 1. <i>b</i> - тренд рядів <i>h</i> – кількість майбутніх періодів що прогнозуються	Прогноз складається з помноження тренду <i>b</i> та кількості майбутніх періодів <i>h</i> доданих до базового значення <i>L_t</i> . Щоб здійснити прогноз, необхідно задати початковий рівень <i>L</i> і тренд <i>b</i> рядів. Зазвичай вони визначаються як: початковий рівень $L_1 = A_1$ і початковий тренд $b_1 = A_2 - A_1$
Метод ARMA	
$F_t = c + \varepsilon_t + \sum_{i=1}^p \alpha_i A_{t-i} + \sum_{i=1}^q \beta_i \varepsilon_{t-i}$ де <i>F_t</i> – прогнозне значення <i>p q</i> - цілі числа, що задають порядок моделі <i>c</i> - константа <i>ε_t</i> – «білий шум», (послідовність незалежних і однаково розподілених випадкових величин) <i>α</i> - авторегресійні коефіцієнти <i>β</i> -коефіцієнти ковзної середньої. Цей метод можливо застосовувати тільки при умовах наявності стаціонарних часових рядів.	Інтерпретується як лінійна модель множинної регресії, в якій в якості пояснювальної змінної виступають попередні значення незалежної змінної, а в якості регресивного залишку – ковзна середня з елементів «білого шуму». <i>ARMA</i> процеси мають складну структуру по відношенню до <i>AR</i> чи <i>MA</i> процесів у чистому вигляді, при цьому <i>ARMA</i> процеси характеризуються меншою кількістю параметрів (це перевага).
<i>Продовження таблиці 2.</i>	
Метод ARIMA (Бокса-Дженкінса)	
$\Delta^d F_t = c + \sum_{i=1}^p \alpha_i \Delta^d A_{t-i} + \sum_{j=1}^q \beta_j e_{t-j} + e_t,$ де <i>c, a, b</i> - параметри моделі <i>e_t</i> – стаціонарний часовий ряд Δ^d – оператор різниці часового ряду порядку <i>d</i> (послідовне взяття <i>d</i> разів різниць першого порядку, спочатку від часового ряду, а потім від отриманої різниці першого порядку, далі другого порядку і так далі)	В першу чергу оцінюється стаціонарність ряду. Різними способами визначається наявність одиничних коренів і порядок інтегрованості часового ряду (зазвичай першого чи другого порядку). Якщо порядок інтегрованості > 0 , то ряд перетворюється в <i>ARMA</i> модель, оскільки передбачається, що отриманий процес є стаціонарним, на відміну від вхідного (не стаціонарного).
Звичайної лінійної регресії	
$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \varepsilon$ де <i>Y</i> значення що прогнозується; <i>α</i> – константа,	Основна складність використання пов'язана із вибором змінних, що

ε – залишок; β - коефіцієнт нахилу; X – незалежна змінна	дозволяють пояснити процеси, які відбуваються.
Множинної регресії	
$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$ n - кількість незалежних змінних	Основна складність використання пов'язана із вибором змінних, що дозволяють пояснити процеси, які відбуваються, а також оцінки статистичної значущості.
Структурна економетрична модель	
Для побудови кожного рівняння моделі: 1) обрати незалежну змінну, скласти дані часового ряду, 2) визначити ймовірні пояснюючі фактори, скласти данні часових рядів, 3) використовуючи програмне забезпечення оцінки регресії, визначити які незалежні змінні пояснюють залежність, 4) визначити найбільш оптимальне пояснююче рівняння.	Оскільки це система рівнянь регресії, в неї ті ж самі недоліки, що і у інших методів регресії, однак, вона потребує набагато більше технічних та аналітичних ресурсів для побудови реального прогнозу.

Джерело: складено автором на основі [268]

Окремо, заслуговує на увагу стохастичний факторний аналіз (СФА), який використовується при наявності великої кількості різного роду показників та дозволяє комплексно проаналізувати функціонування регіонального ринку туристичних послуг. В процесі аналізу виділяються окремі чинники, які відбиваються показниками. Подальша робота ведеться не з кожним показником окремо, а з укрупненою групою – фактором [34]. Основні етапи СФА наведені нижче на (рис 2.13).

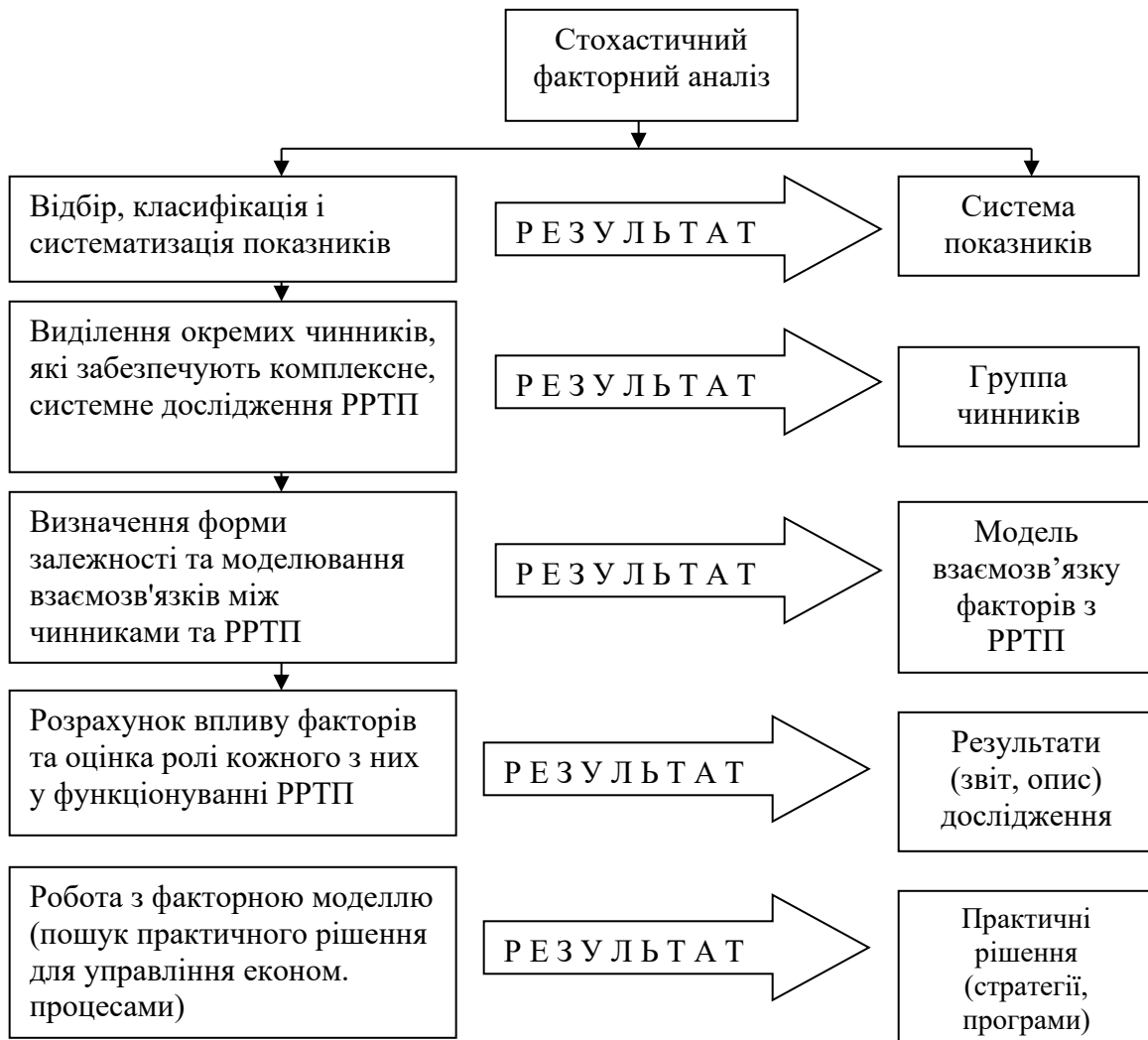


Рис. 2.13. Основні кроки стохастичного факторного аналізу регіонального ринку туристичних послуг. Джерело: складено автором на основі

[34]

Для проведення СФА використовуються методи кластерного аналізу і головних компонент. Методи кластерного аналізу дозволяють розбити досліджувану сукупність показників на групи подібних (в тому чи іншому сенсі) показників з урахуванням фактору часу. Метод головних компонент істотно скоротить розмірність матриці вихідних показників без суттєвої втрати її інформативності. Для проведення третього, четвертого і п'ятого кроків

стохастичного факторного аналізу доречно скористатися кореляційно-регресійним аналізом виділених раніше факторів.

Таким чином, представлені методологічні підходи до аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг теоретичного рівня, у сукупності, з підходами емпіричного рівня, які більш детально представлені далі, покликані стати основоположною інформацією при розробці стратегій розвитку туризму, стратегій соціально-економічного розвитку територій, програм сприяння розвитку туристичної сфери, програм підвищення рівня і якості життя населення регіонів, підвищення рівня доходів і т.п. Проведення стохастичного факторного аналізу дозволяє різними математичними методами проаналізувати функціонування регіонального ринку туристичних послуг та силу його впливу на економічний розвиток регіону. Далі розглянемо емпіричний рівень науково-методичного забезпечення аналізу.

2) Емпіричний рівень аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг спрямований насамперед на порівняння конкретних явищ і процесів, що протікають на регіональному ринку туристичних послуг, збір, зведення й угруповання інформації, експеримент, а також класифікацію та опис результатів дослідження. Даний рівень пізнання представлений переважно такими методами як спостереження, вимір і експеримент. До порівняльних методів відноситься також метод вимірювання формальної ефективності, так званий DEA (Data Envelopment Analysis - Аналіз середовища функціонування).

У загальному випадку ефективність визначається як здатність максимізації потенціалу використання витрат для максимізації результатів від здійснених вкладень. Чим вище результати, отримані на основі певної кількості витрат, тим ефективніше вплив. При оцінці ефективності вирішується завдання не оптимального поєднання витрат (ефективність розподілу ресурсів), а відношення витрат-результатів в порівнянні з межею виробничих можливостей.

Спостереження – це вихідний метод емпіричного пізнання, що дозволяє

отримати первинну інформацію про об'єкти навколишньої дійсності. Наукове спостереження має такі особливості:

- цілеспрямованість (фіксація поглядів на поставленому завданні);
- планомірність (дія за планом);
- активність (залучення накопичених знань, технічних засобів).

Крім того, за способом проведення спостереження поділяють на безпосередні, опосередковані, непрямі [211].

Безпосередні спостереження спрямовуються на зображення тих чи інших властивостей, сторін об'єкта за допомогою тільки органів відчуттів.

Опосередковані спостереження – це дослідження об'єкта з використанням тих чи інших технічних засобів. Поява і розвиток таких засобів багато в чому визначило те величезне розширення можливостей методу, яке відбулося за останні чотири століття.

Непрямі спостереження – це спостереження не самого об'єкту, а результату його впливу на інші об'єкти. Такий вид спостереження вважаємо доречним використовувати в процесі аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг, оскільки в нашому випадку спостерігати за великою безліччю процесів (мікрооб'єктів), що відбуваються на зазначену ринку за допомогою органів відчуттів, або приладів, не можливо. Тому спостереження ведеться не за мікрооб'єктами, а за результатами їх дій з використанням статистичних даних, даних що отримані в результаті опитувань тощо.

Будь-яке спостереження, хоча і спирається на дані відчуттів, вимагає участі теоретичного мислення, за допомогою якого оформляється у вигляді певних наукових термінів, графіків, таблиць, малюнків. Крім того, воно ґрунтується і на певних теоретичних положеннях. Це особливо наочно видно на непрямих спостереженнях, оскільки встановити зв'язок між явищем, за яким ведеться спостереження і за яким воно не ведеться, дозволяє тільки теорія. А. Ейнштейн у зв'язку з цим говорив: «Чи можна спостерігати дане явище, чи ні – залежить від

вашої теорії. Саме теорія повинна встановити, що можна спостерігати, а що не можна» [128].

Вимірювання – являє собою метод, сутність якого полягає у визначенні кількісних значень тих чи інших властивостей, сторін об'єкта, явищ за допомогою спеціальних технічних пристроїв [232]. Вимірювання доповнює якісні методи пізнання кількісними. В основі операції вимірювання лежить порівняння не тільки об'єктів з подібними властивостями, а також введення певних одиниць виміру. Одиниця виміру – це еталон, з яким порівнюється вимірювана сторона об'єкта чи явища. Еталону присвоюється числове значення «1» [161].

Існує безліч одиниць виміру, що відповідають безлічі об'єктів, явищ, їх властивостям, сторін, зв'язків, які необхідно вимірювати в процесі наукового пізнання. При цьому одиниці виміру поділяються на основні, які обираються в якості базисних при побудові системи одиниць, і похідні, що виводяться з інших одиниць за допомогою якихось математичних співвідношень.

За способом отримання результатів, в сучасній науці існує декілька видів вимірювань: статичні й динамічні, прямі й непрямі.

Статистичні визначаються характером залежності величин/час. Так, при статичних вимірах величина, яку ми вимірюємо, залишається постійною в часі, наприклад, туристський потенціал (море, гори, клімат). При динамічних вимірах вимірюється величина, що змінюється в часі темпи зростання (падіння) туристичного потоку, темпи зростання (падіння) доходів туристів тощо.

У прямих вимірах вихідне значення величини що вимірюється отримується шляхом безпосереднього порівняння її з еталоном. При непрямому вимірі вихідну величину визначають на підставі наявної математичної залежності між цією величиною й іншими, які отримуються шляхом прямих вимірювань. Непрямі вимірювання широко використовуються в тих випадках, коли вихідну величину неможливо або дуже складно виміряти безпосередньо, або коли пряме

вимірювання дає менш точний результат [223].

Попри важливість спостереження та вимірювання в наукових дослідженнях, вони мають недолік (ці методи не припускають активного втручання суб'єкта пізнання в природне протікання процесу), який обумовлює доповнення розглянутих методів більш прогресивним – експериментом.

Експеримент (від лат. – проба, досвід) – це метод, коли зміни умов, напряму або характеру процесу що досліджується, створюють штучні можливості вивчення об'єкта у відносно «чистому» вигляді. Він передбачає активні, цілеспрямовані й суворо контрольовані дії дослідника на досліджуваній об'єкт для з'ясування тих чи інших сторін, властивостей, зв'язків [161]. Експеримент містить попередні методи емпіричного дослідження, тобто спостереження й опис, а також емпіричну процедуру – вимір.

Експеримент також має декілька різновидів. Так, дослідницький експеримент дозволяє виявити в об'єкта нові, раніше невідомі властивості. Результатом такого експерименту можуть бути висновки, що не випливають з наявних знань про об'єкт дослідження. Перевірковий експеримент використовують для перевірки, підтвердження тих чи інших теоретичних побудов.

Якісні експерименти є пошуковими. Вони не передбачають отримання кількісних співвідношень, а дозволяють виявити дію тих чи інших чинників на досліджуване явище. Кількісні експерименти найчастіше йдуть за якісним експериментом. Вони спрямовані на встановлення чіткої кількісної залежності в явищі що досліджується. Близькі по своїй суті до наукових фундаментальних експериментів прикладні. Основним завданням прикладних експериментів є пошук можливостей практичного застосування того чи іншого процесу, явища.

Одним з різновидів прикладного експерименту вважається метод експертних оцінок, який ґрунтується, головним чином, на досвіді й інтуїції фахівців, знайомих зі станом справ і перспективами розвитку певного об'єкта і

вважається методом евристики. Процес експертизи включає пред'явлення експертам прогнозних гіпотез, їх персональну оцінку кожним з експертів і визначення міри правдоподібності гіпотези на основі узагальнення оцінок [241].

Головна його перевага полягає в тому, що фахівці можуть використовувати не тільки інформацію, засновану на статистичних часових показниках, але і нерегулярну, разову інформацію, яка має суто якісний характер та сприяє об'єктивному баченню проблем регіонального ринку туристичних послуг. Він використовується у випадку обмеженості даних і може стати в нагоді для проведення комплексного аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг.

Істотним недоліком такої процедури є і те, що на висновок експертної групи може суттєво впливати авторитет найбільш досвідчених, активних членів групи.

Слід зазначити, що науково обґрунтовані методи проведення експертних робіт використовуються ще недостатньо. У практиці часто при розв'язанні різних питань використовується висновок одного експерта. Однак такого роду висновки носять як правило суб'єктивний характер. Знаходять широке застосування експертні висновки робочих груп і комісій, але і в цих випадках не проводиться оцінка вірогідності отриманих результатів.

Якість формування груп експертів може бути підвищено, якщо використовувати методи формалізованої оцінки ступеня компетентності експертів. Вона передбачає застосування спеціальних тестів, взаємної оцінки експертів і їх самооцінки. Визначення індивідуальних точок зору і формування на їх основі єдиної думки можна проводити різними способами. Візуалізація наявних методів експертних оцінок може бути представлена у вигляді схеми (рис. 2.14).

В основу схеми покладено дві класифікаційні ознаки: в залежності від форми проведення експертної оцінки й залежно від форми оцінювання

результатів. За ознакою опитування експертів розрізняють очні й заочні методи. Сутність групової оцінки полягає у формуванні колективної думки експертів. Індивідуальна оцінка навпаки передбачає використання думки окремих експертів, які не залежать один від одного. Комбінована оцінка ґрунтується на поєднанні прийомів групового та індивідуального опитування.

За способом вимірювання об'єктів експертні оцінки поділяють на ранжування, парне і безпосереднє порівняння. Ранжування спрямоване на розташування об'єктів в порядку зростання або зменшення за будь-якою властивістю. Ранжування дозволяє обрати з досліджуваної сукупності факторів ті, що є найсуттєвішими.

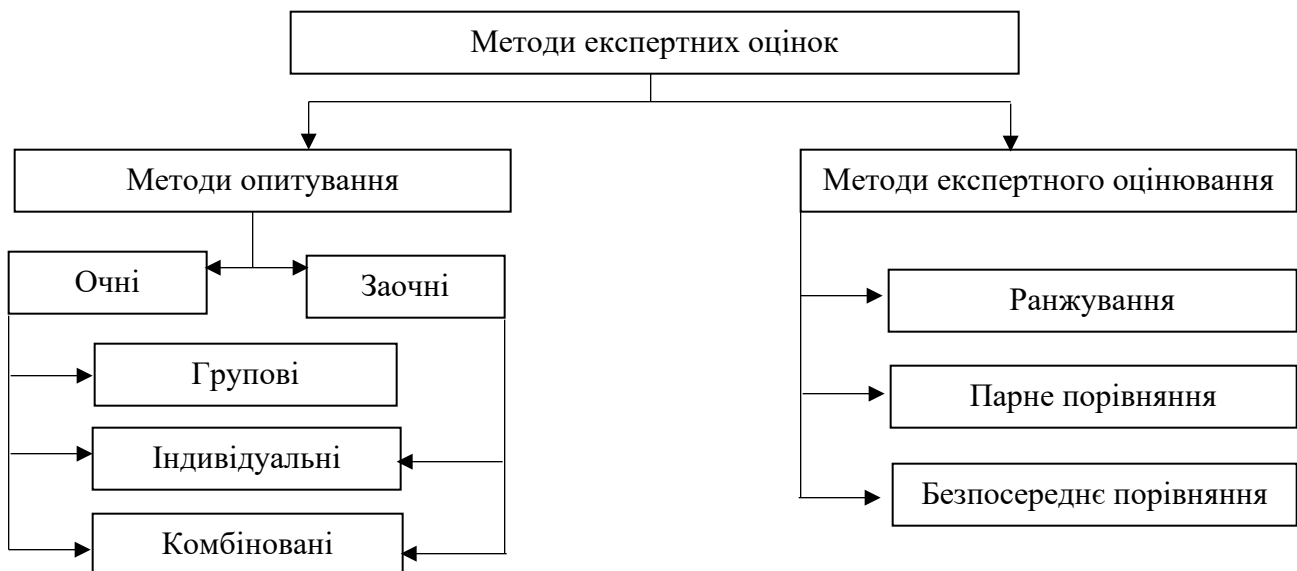


Рис. 2.14. Методи експертних оцінок. Джерело: складено автором на основі [241]

Парне порівняння передбачає встановлення переваг об'єктів, порівнюючи всі можливі пари. Тут не потрібно, як при ранжуванні, впорядковувати всі об'єкти, необхідно в кожній з пар виявити більш значущий об'єкт або встановити їх рівність.

Метод безпосереднього оцінювання – найбільш поширений метод в практиці прийняття рішень [215]. Він дозволяє експерту використовувати більш

чутливий інструмент взаємного порівняння варіантів. При використанні цього методу перед експертом ставиться задача – оцінити якісні властивості критеріального показника в балах (попередньо встановлюється діапазон змін цієї оцінки, наприклад, від 0 до 10). Тобто, вони мають показати ступінь відповідності варіанту розглянутій властивості, а бали виступають штучною числовою оцінкою. Метод безпосередньої оцінки іноді називають також бальним методом.

Наряду із зазначеними методами аналізу функціонування регіонального ринку туристичних послуг, в сучасній практичній діяльності існує ряд концептуальних підходів і методів оцінки економічного впливу туризму [11]. Найбільшого поширення набули методи, що засновані на побудові сателітних рахунків, і методи «витрати - випуск». Сателітний рахунок являє собою інструмент узгодження базових економічних даних зі статистикою в туризмі.

Сателітні рахунки туризму (Tourism Satellite Account – TSA – метод) забезпечують можливість проведення макроекономічного аналізу впливу туризму на економіку, з їх допомогою можна оцінити ВВП туризму, встановити прямий внесок туризму в економіку.

Дослідити структурні зрушення у виробництві туристського продукту і в попиті на нього, встановити економічні диспропорції в туристичній індустрії, оцінити вплив туризму на ВВП країни, рівень зайнятості населення, рівень інвестицій тощо дозволяють показники допоміжних (сателітних) рахунків. Іншими словами вони сприяють визначенню мультиплікативного ефекту в туризмі.

На мезорівні сателітні рахунки виступають як засіб отримання необхідних індикаторів, що описують підприємства й організації у сфері туризму для визначення різних наявних ділових можливостей, оцінки обсягу й інтенсивності туризму як бізнесу і зображення ступеня взаємозв'язку між приватними й державними туристськими мережами й кластерами.

Інформаційною основою комплексного аналізу функціонування

регіонального ринку туристичних послуг є показники, що характеризують структуру та потенціал туристичного ринку, його збалансованість, місткість, гнучкість та ін. Інформаційним забезпеченням дослідження є дані Державної служби статистики України, Головного управління статистики областей, Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, Міністерства культури та інформаційної політики України, інформація, отримана за результатами соціологічних й маркетингових досліджень, дослідження наукових установ та ін.

Підсумовуючи все вище сказане необхідно зазначити, що мета комплексного аналізу регіонального ринку туристичних послуг полягає у формуванні об'єктивної характеристики функціонування регіонального ринку туристичних послуг, яку отримано в результаті узагальнення висновків про його стан та перспективи розвитку, отриманих на основі дослідження економічних і соціальних характеристик, кількісних та якісних параметрів.

До основних параметрів, що характеризують стан регіонального ринку туристичних послуг, можна віднести зміни обсягів ринку туристичних послуг в натуральному вираженні, зміни туристичного потоку, уподобань туристів, тенденції у кадровій політиці туристичних компаній, динаміка розвитку туристичних компаній на українському ринку (потенційні та чинні ліцензіати), динаміка середнього обсягу продажу і цін на туристичні пакети, інфраструктурне забезпечення туристичного ринку тощо.

Важливим напрямком при аналізі функціонування регіонального ринку туристичних послуг є визначення та опис загальної тенденції розвитку (тренду) досліджуваного явища, закономірності зміни рівнів ряду. Цього можна досягти шляхом використання спеціальних методів аналізу рядів динаміки. Конкретне їх використання залежить від характеру вихідної інформації (динаміки соціально-економічних процесів на регіональному туристичному ринку) і обумовлено завданнями дослідження.

Спостерігаючи за змінами рядів динаміки формуються висновки про (не) однорідність по силі, напрямках і часу впливу окремого фактору, чи групи факторів, на об'єкт чи явище. Постійні фактори спричиняють суттєвий вплив на функціонування регіонального ринку туристичних послуг і формують в рядах динаміки основну тенденцію розвитку. Вплив інших факторів проявляється періодично та викликає коливання рівнів рядів динаміки, що з часом повторюються. Дія разових (спорадичних) факторів відбивається випадковими (короткочасними) змінами рівнів рядів динаміки. Слід так само відзначити, що ключовими аспектами, на яких слід зосереджувати увагу, є, як спрямованість зміни показників, які визначаються шляхом обробки звітних і статистичних даних (тренду), так і встановлення на цій основі тенденцій зростання або спаду.

Використання запропонованого методичного підходу сприяє: більш об'єктивному баченню та розумінню поточної ситуації, врахуванню інтересів найбільш зацікавлених суб'єктів, виокремленню найбільш перспективних напрямів розвитку регіонів, прискоренню інноваційного розвитку регіону, залученню інвестицій, взаємоузгодженню обраної стратегії з комплексом оперативних заходів, які своєю чергою сприяють ефективному розвитку регіону та територіальних спільнот.

2.3. Механізми формування інноваційних туристичних кластерів у сфері туризму

Інструментарій формування інноваційних кластерів у сфері туризму вимагає перш за все встановлення сутності поняття «інноваційний кластер» і деталізації процесу інноваційної кластеризації у сфері туризму. Для цього необхідно провести глибокий аналіз наявних наукових розробок щодо даних категорій.

В результаті аналізу наукових публікацій тлумачення поняття «кластер», встановлено, що даний термін застосовується в різних сферах: системологія,

інформатика (ІТ-кластер), музика, хімія, біологія, епідеміологія, фізика, економіка, відповідно має різне значення. Вперше поняття «кластер» було використано в математиці, ще у XVII столітті. З математичної точки зору кластер означає фізично близьке розташування логічно пов'язаних об'єктів у межах однієї області [109]. Зазначене поняття складає основу всіх подальших наукових розробок різних авторів. Корінням наявних визначень сьогодення і визначень минулих років є «близьке розташування логічно пов'язаних об'єктів у межах однієї області».

Фундамент сучасної теорії економічних кластерів закладено в роботах англійського економіста А. Маршалла, який є одним з представників неокласичної школи XIX століття. У своїй книзі «Принципи економічної науки» [134] він присвятив окрему главу під назвою Концентрації спеціалізованих галузей в окремих місцевостях ідеї створення кластерів в економіці на основі тріади основних принципів (рис. 2.15). Надалі, дослідження природи кластера і його ролі в економіці продовжив М. Портер. Саме ним був введений термін «кластер» в науковий обіг. М. Портер, досліджуючи проблему територіальної організації продуктивних сил та їх кореляції з конкурентоспроможністю окремих фірм або галузей, виявив наступну тенденцію. Найбільш успішні організації розташовуються не безсистемно, а концентруються на одній території, іншими словами, утворюють кластер [206], і тим самим, сприяють зростанню конкурентоспроможності один одного.

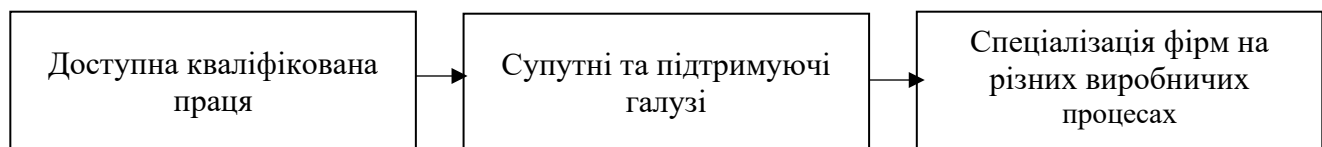


Рис. 2.15. Принципи створення кластера по Маршаллу. Джерело: складено автором на основі [17]

За останні два десятиліття увага до категорії «кластер» зростає і набула

більшої актуальності в науці у зв'язку зі збільшенням масштабів кластеризації економік різних країн. Наведемо найбільш поширені визначення терміну «кластер», сформульовані у період з 1990 до теперішнього часу (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Підходи до визначення поняття «кластер»

Визначення	Автор
Кластер (від англ. cluster – група, скупчення) – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних між собою компаній у відповідних галузях, спеціалізованих постачальників, а також причетних до їх діяльності організацій (університети, торгові об'єднання, агентства із стандартизації), що, конкуруючи між собою, водночас проводять спільну роботу.	А. Маршал 1990 р
Кластер (промислова група) – це група близьких, географічно взаємозалежних компаній і пов'язаних з ними організацій, які спільно діють у певному виді бізнесу, характеризуються спільністю напрямків діяльності й взаємодоповнюють один одного.	М. Портер 1993 р.
Кластеризація в загальному вигляді визначається як процес спільного розташування фірм і інших дійових осіб всередині концентрованої географічної області, кооперації навколо певної функціональної ніші і встановлення тісних взаємозв'язків і робочих альянсів для посилення їх колективної конкурентоспроможності.	G.M.P. Swann M. A. Preveser 1996 р.
Кластери можуть бути визначені в найзагальнішому вигляді як група комерційних підприємств і некомерційних організацій, для яких членство в групі є важливим елементом індивідуальної конкурентоспроможності кожного члена фірми. Кластер пов'язують разом угоди купівлі-продажу, загальні технології, загальні покупці, канали розподілу, трудові об'єднання і т.д.	EJ. Feser 1998 р.
Кластер - група фірм, які функціонально пов'язані як вертикально, так і горизонтально.	А. Бизекер, В. Эльснер 1999 р.
Кластер - концентрація фірм, які здатні виробляти синергетичний ефект за рахунок географічної близькості і взаємозалежності, навіть при тому, що їх масштаб зайнятості може не бути виразним або помітним.	С. Розенфельд 2000 р.
Територіально-галузеве добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацюють з науковими установами й органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції й економічного зростання регіону.	М. Войнаренко 2000 р.

Кластер або мережева промислова група – це група близьких, географічно взаємопов’язаних підприємств та організацій, які з ними співпрацюють, спільно діють в певному виді бізнесу та характеризуються спільністю напрямків діяльності і взаємодоповненням один одного.	С. Соколенко 2002 р.
Кластер – господарський блок, який включає фірми та організації, пов’язані випуском кінцевої продукції і географічним положенням.	М. Афанасьєв, Л. Мясникова 2005 р.
Кластер – сукупність фірм і інших організацій, пов’язаних в певній виробничій області.	Г. Семенов, О. Богма 2006 р.

Джерело: складено автором на основі [134, 206, 287, 266, 41, 228, 10, 218]

З таблиці бачимо, що існують різні підходи до трактування цього поняття. Основоположники, теорії кластеризації, визначення яких представлені в таблиці, як правило виходили з галузевих або промислових міркувань. Крім зазначених в таблиці авторів, ідею промислового підходу підтримали і продовжують розвивати М. Фельдман, Дж. Френсіс, Дж. Берковиц [265]; Е. Фесер [266], М. Енрайт, Г. Трілленберг [235], В. Чужиков [247]; В. Третьяк, І. Калганова [234] та інші.

У розумінні зазначених авторів кластер – це перш за все «група розташованих у регіоні взаємозалежних або доповнювальних одна одну промислових компаній і організацій, які діють в певній сфері й характеризуються тим, що вироблений ними продукт однієї галузі використовується для потреб декількох інших».

Сучасна наука дуже розширила межі розуміння кластера сьогодні. Автори сучасники розглядають кластери крізь призму не тільки регіональної промисловості, регіональної індустріалізації, а й логістики, використовують економічний та інноваційний підходи у тлумаченні цього поняття, а також намагаються використати його в різних сферах діяльності (торгівля, туризм тощо).

Так в роботах О. Мельниченко, Л. Величко [139], В. Шовкалюк [253], З.

Янченко [257] зображається регіональний логістичний підхід, у зв'язку з чим автори вважають що кластером необхідно вважати «добровільне об'єднання суб'єктів логістичної діяльності в рамках окремих галузей чи територій з ціллю успішного вирішення різнопланових економічних, соціальних, екологічних, рекреаційних, транспортних, інфраструктурних та інших проблем, що стримують розвиток регіону».

До прихильників інноваційного підходу відносяться Сіммі Дж., Сеннет Дж [284], А.В. Бірюков [21], Л.А. Семіна, И.С. Санду [220], Ю. Ковальова [106], С.Б. Колодинський [109], які зазначають що інноваційний територіальний кластер це – територіальний кластер зі значною (в порівнянні з галузевими й регіональними показниками) часткою інноваційної продукції, а також зі сформованою інноваційною інфраструктурою, що включає взаємодію між собою стейкхолдерів регіональної інноваційної системи (освітні установи, центри досліджень і розробок, центри трансферу технологій, бізнес-інкубатори, технопарки, центри колективного користування науковим та технологічним обладнанням, громадські організації, фінансові інститути, центри кластерного розвитку та ін.).

Виходячи зі сказаного, можна констатувати наявність, як мінімум трьох підходів тлумачення поняття «кластер», що пояснює розгалуженість категорійного апарату.

Відсутність єдиного підходу до визначення кластерів простежується і на рівні нормативно-правових актів. Так, узагальнення правових норм, дозволяє стверджувати, що в сучасному законодавстві домінують численні розрізнені підзаконні нормативно-правові акти. Зокрема, визначення сутності поняття здійснюється по-різному та необґрунтовано (уперше, починаючи із 2003 р., поняття «кластер» вживається без жодної дефініції чи роз'яснень).

Кластер як об'єкт інноваційної інфраструктури згадується здебільшого у 100 законодавчих та нормативних актах, однак жоден з них не містить визначення даного поняття. Організація інноваційної діяльності в Україні

регламентується більш ніж 400 нормативно-правовими актами, серед ключових - Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р., Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 16.01.2003 р., Закон України «Про освіту» від 23.05.1991 р. – № 1060, Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII, Закон України «Про наукову та науково-технічну діяльність» від 13.12.1991 р. № 1977 тощо) [155].

Представлене вище узагальнення як наукових точок зору, так і нормативно-парової бази, щодо тлумачення поняття кластер, свідчить про відсутність єдиної дефініції, зважаючи на його комплексний та багатоаспектний характер. Однак, формулювання чіткого визначення має як методологічне, так і прикладне значення, тому виникає необхідність в розробці єдиного чіткого визначення поняття кластер в прикладному аспекті, оскільки воно має важливе значення для вироблення критеріїв надання фінансової допомоги з боку держави, а також для визначення критеріїв надання податкових пільг з метою розвитку кластерів.

З методологічної точки зору, для формулювання коректного визначення поняття «інноваційний кластер у сфері туризму регіону», в першу чергу, необхідно визначити ключові ознаки «кластеру».

Основні сутнісні риси кластерів розкриті в роботах російських економістів Т. Левченко і Є. Тунгусова. Автори звертають увагу на доцільність виділення двох підходів до розуміння кластерів: географічного і галузевого [124]. Вони вважають, що саме географічний і галузевий принципи в сукупності є ключовими ознаками кластерів. Такої думки автори дійшли, по-перше, тому, що учасників кластерів об'єднує близькість географічного розташування – «організації знаходяться відокремлено на території одного регіону». По-друге, приналежність до однієї сфери діяльності – «учасники відносяться до однієї галузі або сектору економіки, або можуть бути пов'язані єдиним ланцюгом створення доданої вартості».

З огляду на сучасні тренди, даний підхід вважаємо вузьким, оскільки

запропоновані риси можна виділити як найбільш загальні, тобто як ті, що характерні для інших подібних просторово-організаційних структур, наприклад, промислових агломерацій, індустріальних районів і т.д. Кластер, у сучасному розумінні має свої специфічні характерні риси.

Вважаємо, що при більш широкому тлумаченні сутності кластерів необхідно враховувати системний підхід. Так, Т. Левченко, Е. Тунгусова зазначали, що кластерна політика складає основу інноваційного розвитку, додавши наступне: «сутність кластера полягає в тому, що це не просто галузева приналежність, не просто територія, а сукупність логічно пов'язаних суб'єктів, які досягають спільної мети» [124]. Виходячи зі сказаного, дійшли висновку, що автор розмірковуючи над природою походження кластерів, як і більшість вчених, ґрунтується на системному підході, який «вимагає розглядати всі предмети і явища в рамках цілого - як частини, єдиного утворення, ... в результаті багатосторонньому, органічному взаємозв'язку і взаємодії окремих її елементів виявляються принципово нові властивості, відсутні у частин, що входять в неї» [124].

Таким чином, у всіх вище наведених визначеннях є загальна риса, а саме, різні автори, не зважаючи на область наукових інтересів, підходу чи періоду проведення досліджень, вказують на те, що кластер – це певна сукупність економічних суб'єктів. Як бачимо, у визначенні вже закладено ключові риси, що характеризують кластер – «наявність сукупності економічних суб'єктів» і «зв'язки» між ними, але цей перелік ознак далеко не вичерпний. В сучасній науці, різні автори видаляють наступні ключові ознаки (табл. 2.6).

Таким чином, в роботі під кластером розуміється складна динамічна система, що здатна при зміні зовнішніх або внутрішніх умов її функціонування і розвитку зберігати або вдосконалювати свою організацію з урахуванням минулого досвіду.

Ключові ознаки кластерів

№ з/п	Ознака	Характеристика
1	Наявність конкурентоспроможних підприємств	Ключовою умовою для розвитку кластера є наявність конкурентоспроможних на ринку підприємств у кластері. В якості індикаторів конкурентоспроможності можуть розглядатися: відносно високий рівень продуктивності компаній і секторів, що входять в кластер; високий рівень експорту продукції і послуг; високі економічні показники діяльності компаній (такі як прибутковість, акціонерна вартість).
2	Наявність в регіоні конкурентних переваг	Наявність в регіоні конкурентних переваг для розвитку кластера. Наприклад, вигідне географічне положення; доступ до сировини; наявність спеціалізованих людських ресурсів, постачальників комплектуючих і пов'язаних послуг, спеціалізованих навчальних закладів та освітніх програм, спеціалізованих організацій, які проводять НДДКР, необхідної інфраструктури та інші фактори.
3	Географічна концентрація і близькість	Ключові учасники кластерів знаходяться в географічній близькості один до одного і мають можливості для активної взаємодії. Географічний масштаб може варіюватися від типу і особливостей кластера і охоплювати один або кілька регіонів держави.
4	Широкий набір учасників і	Кластер може складатися з компаній, що виробляють кінцеву продукцію і послуги, як правило, що експортуються за межі регіону, системи постачальників комплектуючих, устаткування, <i>Продовження таблиці 2.6</i>
	наявність «критичної маси»	спеціалізованих послуг, а також професійних освітніх установ, НДІ та інших підтримуючих організацій. В якості індикаторів можуть розглядатися показники, що характеризують високий рівень зайнятості на підприємствах і в секторах, що входять в кластер.
5	Наявність зв'язків і взаємодії між учасниками кластерів	Ці зв'язки можуть мати різну природу, включаючи формалізовані взаємини між головною компанією і постачальниками, між самими постачальниками, партнерство з постачальниками обладнання і фахівцями служб сервісу; зв'язку між компаніями, ВНЗ та НДІ в рамках співпраці під час реалізації спільних НДДКР і освітніх програм. Контакти між компаніями малого та середнього розміру можуть бути пов'язані також з координацією їх зусиль по колективному просуванню товарів, послуг на існуючі і нові ринки.

Джерело: складено автором на основі [106, 109, 124, 134, 139, 206, 234, 235, 247, 253, 257, 287, 265, 266, 41, 228, 10, 218]

У зв'язку із загальносвітовими тенденціями і новою парадигмою економічного розвитку, коли на перший план виходить конструювання

економіки, заснованої на знаннях, створення нових і розвиток існуючих кластерів набуває нової спрямованості, – інноваційної орієнтованості. Тому ще однією характерною рисою сучасного кластера стає поширення інновацій на весь ланцюжок створення продукту або «здатність генерувати інноваційну складову як основу конкурентоспроможності на ринках». Аналіз попередніх наукових досліджень дозволяє стверджувати, про достатність наукової розробленості категорії «інноваційний кластер». Більшість визначень інноваційного кластеру так як і «кластеру» інтерпретують його через сукупність взаємопов’язаних та взаємозалежних підприємств і організацій (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Підходи до визначення поняття «інноваційний кластер»

Визначення	Автор
Інноваційний кластер це – велика кількість взаємопов’язаних промислових і/або сервісних компаній, які мають високий ступінь співробітництва, як правило, через ланцюжки поставок і які функціонують в однакових ринкових умовах.	Дж. Сіммі, Дж. Сеннет 1999 р.
Інноваційний кластер це – група фірм, університетів та державних органів, які працюють спільно з метою створення нових технологій, продуктів та підприємств.	І. Бортагарей, С. Тіффін 2000 р.
Інноваційний кластер це – об’єднання різних організацій (промислових компаній, дослідницьких центрів, органів державного управління, громадських організацій тощо), яке дозволяє використовувати переваги двох способів координації економічної системи – внутрішньо фірмової ієрархії та ринкового механізму, що дає можливість більш швидко та ефективно розподіляти нові знання, наукові відкриття і винаходи.	А. Мігранян 2002 р.
Інноваційний кластер це – географічно обмежена сукупності взаємопов’язаних фірм, які беруть участь у виробництві нових продуктів та процесів, що створюють додану цінність в економіці.	М. Фельдман, Й. Френсіс, Дж. Берковіц 2005 р.
Інноваційний кластер це – сукупністю різних організацій та інститутів, які визначені відповідною географічною локалізацією і мають місце в змінних просторових масштабах та в особливих інституційних умовах. Вони взаємодіють формально і/ або неформально через міжорганізаційні і/або міжособистісні постійні чи менш постійні взаємозв’язки і мережі та співпрацюють для досягнення різних видів інновацій у певній галузі, тобто у сфері, визначеною конкретними знаннями, компетенціями і технологіями.	А. Амдуш 2007 р.

Інноваційний кластер це – цілісна система підприємств та організацій з виробництва готового інноваційного продукту, що включає весь інноваційний ланцюг від розвитку фундаментальної наукової ідеї до виробництва та дистрибуції готової продукції.	В. Шовкалюк 2009 р.
Інноваційний кластер – це мережа, в першу чергу, науково-технічних і промислових підприємств та організацій взаємопов'язаних високотехнологічних галузей економіки, яка концентровано розташована на певній території (країна, регіон) і має своєю метою впровадження інноваційних розробок та підвищення конкурентоспроможності за рахунок конкурентно-кооперативної взаємодії.	М. Кизим 2011 р.
Інноваційний кластер – це неформальне об'єднання різних організацій (науково-дослідних центрів, ВНЗ, промислових компаній, органів державного управління тощо) у строго орієнтовану систему поширення нових знань, технологій і інновацій.	З. Варналій, О. Гармашова 2013 р.
Інноваційний кластер – це структура зі значимою (у порівнянні з галузевими та національними показниками) часткою інноваційної продукції, а також із сформованою інноваційною інфраструктурою, що включає взаємодію між собою стейкхолдерів регіональної інноваційної системи (освітні та наукові установи, центри досліджень і розробок, центри трансферу технологій, бізнес-інкубатори, технопарки, громадські організації, фінансові інститути, центри кластерного розвитку тощо).	З. Янченко 2017 р.
Інноваційний кластер – це основа, рушійна сила інноваційного розвитку регіону та країни, яка реалізується шляхом виконання ним ролі засобу підвищення їх конкурентоспроможності через позитивні ефекти впливу функціонування кластерів на розвиток економічних систем мезо- та макрорівня.	Т. Оніпко 2019 р.

Джерело: складено автором на основі [284, 260, 144, 265, 253, 100, 33, 257, 158]

Результати аналізу, що наведено у таблиці, дозволяють стверджувати, що поняття «інноваційний кластер» отримало активний розвиток наприкінці 1990-х років, тобто на десять років пізніше кластеру. Переважна більшість авторів інноваційним кластером називають «об'єднання суб'єктів господарювання, різних організацій та інститутів» і у своїй більшості кінцевою ціллю вважають створення інноваційного конкурентоспроможного продукту. Крім того, всі зазначені науковці характеризують кластер як «базову структуру інноваційної економіки».

Відмінність у тлумаченнях полягає в тому, що одні автори акцентують на взаємозв'язках між учасниками інноваційного кластера (міжорганізаційних,

міжособистісних, постійних, періодичних), що сприяють досягненню різних видів інновацій у певній галузі [274, р. 18]. Інші, зосереджуються на ланцюгах постачання [284, р. 91], а в дослідженнях М. Кизима, З. Янченко, Т. Оніпко акцент робиться на географічній локалізації учасників інноваційного кластера [100; 175; 258]. Крім того, необхідно зазначити, що деякі вчені інноваційний кластер асоціюють виключно з високотехнологічними галузями економіки, зокрема до таких авторів можна віднести А. Маршала, А. Портера, М. Кизима, А. Амошу.

Альтернативної точки зору дотримуються Т. Андерсон, Д. Харт, Дж. Сіммі, Дж. Сеннет, З. Варналій, О. Гармашова. Вони зазначають що інноваційний кластер не обов'язково повинен бути пов'язаний з високими технологіями. Він може вбирати різні, невисоко технологічні підприємства, галузі, технології й забезпечувати конкурентну спроможність як продукту, так і території на всіх рівнях. Такий кластер здатний постійно розвиватися, швидко інтегрувати, адаптуватися до змін. Зокрема, в дослідженнях Д. Харта зазначається, що «учасники інноваційних кластерів можуть діяти у різних галузях, як високотехнологічних (наприклад, фармацевтика, комп'ютерні технології, виробництво мобільних телефонів), так і у традиційних виробництвах (наприклад, автомобілі, одяг, взуття)» [273, р. 9].

Розглянемо кожну представлену на рисунку особливість більш детально.

1) Основу генерування та реалізації спільних інноваційних НДДКР проєктів складає державно-приватне партнерство, на засадах якого відбувається розробка спільних інноваційних проєктів і реалізація діяльності інноваційного кластера.

2) Тісне і взаємовигідне співробітництво науки, освіти й виробництва. Зв'язок професійної освіти з виробництвом здійснюється на етапах: формування контингенту студентів, навчання і виховання в навчальному закладі, працевлаштування і стажування, використання і підвищення кваліфікації фахівців. Існують різні форми організації зв'язку освіти й виробництва.

Університетські інтегративні комплекси. Створення навчальних станцій і полігонів, експериментально-дослідних заводів і майстерень, навчально-науково-виробничих комплексів. Партнерство освіти науки й бізнесу, включає взаємодію з місцевими органами влади, результатом якого є створення технопарків і бізнес-інкубаторів. Вдалим прикладом такого об'єднання є інноваційний кластер мікрокомп'ютерних досліджень «Долина Саппоро», який було створено в Японії у 1976 році [257].

Все зазначене вище дозволяє виокремити ключові ознаки інноваційних кластерів (рис. 2.16).



Рис. 2.16. Ключові ознаки інноваційних кластерів.

Джерело: складено автором на основі [284, 260, 144, 265, 253, 100, 33, 257, 158]

3) Наявність висококваліфікованих кадрів. Сутність цієї ознаки проявляється у зосередженні висококваліфікованих кадрів, що забезпечують інноваційний процес. Для інноваційного кластера ця особливість відіграє домінуючу роль, в цьому переконує діяльність Бостонського біофармацевтичного інноваційного кластера (США), у якому, станом на 2019 рік, залучено понад 70 тис. фармацевтів та виробників медичного устаткування і 450

тис. осіб – у галузі охорони здоров'я [158].

4) Патентна активність. Перш за все необхідно сказати, що патент це документ, який засвідчує виключне право, авторство і пріоритет винаходу, корисної моделі, промислового зразка або селекційного досягнення [87]. Виходячи з визначення можна стверджувати, що патентна активність це кількісний показник, якісних результатів. Отримання патенту надає гарантії отримання прибутку протягом певного періоду. В різних країнах цей період не однаковий. В Україні, згідно з законом «Про охорону прав на винаходи й корисні моделі» строк дії патенту на винахід становить 20 років, а деклараційного патенту на винахід - 6 років від дати подання заявки до Установи. Зразковим прикладом патентної активності можуть бути інноваційні кластери США. Так, станом на січень 2016 року в галузі інформаційних технологій було отримано 15830 патентів, в автомобілебудівній галузі – 1019; в аерокосмічній галузі та обороні – 247; у галузі бізнес-послуг – 222 патенти [158]. Згідно з річним звітом Державного підприємства інституту інтелектуальної власності «Укрпатент» у 2018 році в масштабах держави надійшло 3 968 [88] заявок на винаходи, що майже на 11862 патенти менше (300%) ніж по окремих кластерах США.

5) Оскільки інноваційний кластер є комплексом взаємопов'язаних галузей, то без міжгалузевих зв'язків не відбудеться його нормальне функціонування. В цьому випадку розглядаються міжгалузеві зв'язки між базовою (провідною) галуззю і другорядними (супутніми) галузями. Міжгалузеві зв'язки мають важливе значення для інноваційної кластеризації, оскільки саме на перетині різних галузей виникають інновації. Цей факт доводить концепція потрійної спіралі (Triple Helix Model), її розглянуто трохи згодом.

6) Концентрація венчурного капіталу. Аналіз наукових точок зору дозволяє стверджувати, що формування інноваційного кластера забезпечується в першу чергу залученням венчурного капіталу. Венчурний капітал, згідно з Програмою

інвестиційної підтримки малого бізнесу США, прийнятою у 1958 Конгресом США – це «специфічна ризикова форма прямого інвестування в акціонерний капітал компаній, які, перебуваючи на початкових стадіях розвитку, демонструють швидке економічне зростання шляхом розроблення та практичного використання оригінальних новаторських ідей» [75]. Як приклад можна навести інноваційний кластер «Silicon Valley», в якому одну третину капіталу складає саме залучений капітал (венчурний) [158, с. 448].

7) Прискорення комунікації. Розширення та обмін досвідом, знаннями. В інноваційному кластері важливу роль відіграють налагоджені комунікаційні зв'язки, які забезпечують обмін інформацією між учасниками кластера, що дозволяє отримати додаткові конкурентні переваги й створити синергетичний ефект. Успішність функціонування кластера залежить, в тому числі й від комунікації в обміні знаннями (взаємонавчання). Загалом взаємонавчання – це процес, в результаті якого «один навчає всіх, і всі навчають одного». Взаємонавчання, як один із найважливіших аспектів діяльності інноваційного кластера, передбачає активну й постійну взаємодію учасників інноваційного кластера з метою обміну знаннями чи досвідом.

8) Орієнтованість на оперативну та ефективну комерціалізацію результатів НДДКР. Спираючись на роботи М. Портера, який зазначав, що кластери підвищують продуктивність та ефективність операцій, стимулюють інноваційну діяльність, сприяють комерціалізації та формуванню нового бізнесу [61], вважаємо доцільним розглядати економіку крізь призму кластеризації. Комерціалізація результату в будь-якому разі сприяє підвищенню продуктивності праці, остання позитивно впливає на якісні та кількісні характеристики інноваційного продукту і на кінцевий результат, який виражається у зростанні рівня ВВП на душу населення.

9) Зв'язки у глобальному просторі, експорт орієнтованість. Перш за все необхідно зазначити, що експортна діяльність є важливим аспектом діяльності

інноваційного кластера, тому що інноваційні кластери є суб'єктами економічної глобалізації й потребують налагоджених зв'язків зі світом, врахування сучасних світових викликів. Взагалі, аналіз наукових точок зору, щодо сутності поняття «інноваційний кластер» дозволив виявити його орієнтованість на залучення іноземного капіталу. Так, норвезький інноваційний кластер з виробництва морепродуктів «NCE Seafood Innovation Cluster» реалізує продукцію на більш ніж 70 світових ринках. Кластер інформаційних технологій «Bangalore» (штат Карнатака, Індія) забезпечує майже 40% індійського експорту інформаційних технологій і відповідно 1 млн прямих і 3 млн непрямих робочих місць [158, с. 162].

Враховуючи наукові точки зору попередників, а також ключові ознаки інноваційних кластерів, вважаємо необхідним запропонувати під інноваційним кластером розуміти складну динамічну систему, яка продукує інновації, а учасники, при зміні зовнішніх або внутрішніх умов функціонування і розвитку, здатні до вдосконалення власної діяльності з урахуванням минулого досвіду.

Крім того, дійшли висновку, що, характерною рисою сучасного кластера стає поширення інновацій на весь ланцюжок створення продукту або «здатність генерувати інноваційну складову як основу конкурентоспроможності на ринках». Особлива структура кластера, в рамках якої внутрішня кооперація поєднується з внутрішньою конкуренцією, сприяє створенню інновацій учасниками кластера. Інновації найефективніше розвиваються, якщо конкурентна боротьба ведеться в рівних економічних, соціальних і правових умовах, а недобросовісна поведінка припиняється державою.

Цим пояснюється зміщення пріоритетів державної політики від створення і розвитку промислових кластерів до інноваційних кластерів. Слід звернути увагу на те, що інноваційні кластери, по суті, є практичним втіленням концепції потрійної спіралі (Triple Helix Model) (рис. 2.16), розробленої професором Стенфордського університету Г. Іцковіцем.

В даний час багато країн реалізують інвестиційну та інноваційну політики, а також регіональну економічну політику, спираючись на концепцію кластерного розвитку, суть якої полягає в збільшенні конкурентних переваг територіально близьких економічних суб'єктів. Конкурентний потенціал таких територіально близьких економічних суб'єктів базується на їх ефективній взаємодії один з одним, спільне використання технологій, інновацій, висококваліфікованих кадрів, спеціалізованих послуг, інфраструктури і т. п. в рамках одного кластера.

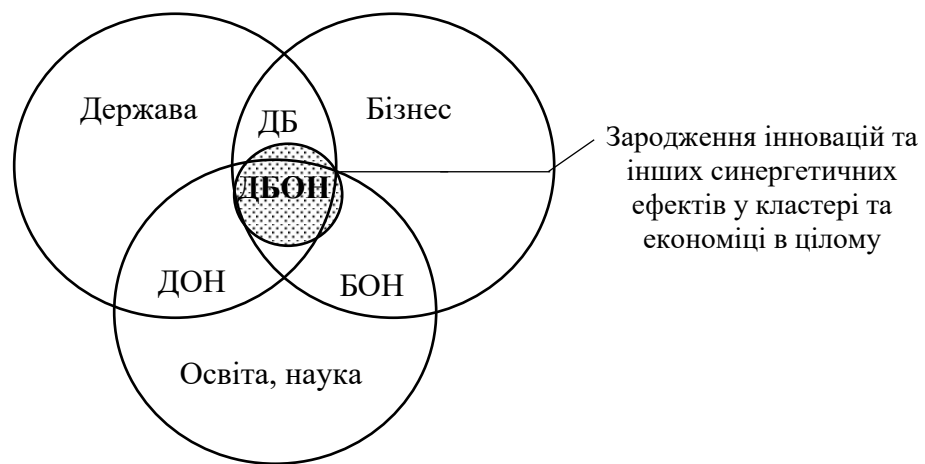


Рис. 2.16. Концепції потрійної спіралі (Triple Helix Model) Г. Іцковіца.

Джерело: складено автором на основі [269]

Модель ілюструє взаємодію держави, бізнесу, освіти і науки, які є основними факторами інноваційної діяльності на всіх етапах створення інноваційного продукту, а також інструменти впливу даних інститутів один на одного.

У сучасній науці існують різні підходи, щодо тлумачення поняття туристичний кластер (табл. 2.8).

Виходячи з табличних даних, можна зробити висновок, що майже всі зазначені автори визначення поняття туристичний кластер, ґрунтують на

переліку учасників туристичної діяльності: туристично-рекреаційні підприємства; туроператори; підприємства інших галузей економіки; представники місцевих громад; туристи; органи місцевої влади тощо. З чим, автор цього дослідження цілком погоджується.

Однак, наряду з цим, варто зазначити, що у туристичній діяльності беруть участь підприємства, які безпосередньо не пов'язані з наданням туристичних послуг: постачальники спеціалізованих сервісних послуг; фінансові установи; виробники супутніх послуг; спеціалізовані провайдери інфраструктури; організації, що забезпечують спеціальне навчання, збір інформації, проведення досліджень і надання технічної підтримки (наприклад, університети); інфраструктурні агентства, які суттєво впливають на функціонування кластера. Виходячи з чого вважаємо необхідним під час формування поняття туристичний кластер враховувати зазначену особливість.

Також встановлено, що запропоновані дефініції акцентують увагу на деяких сутнісних ознаках туристичного кластера (чітко обумовлені територіальні межі; виділення кінцевої продуктової групи; наявність різнорідних мережевих взаємозв'язків між учасниками; наявність підприємств підтримуючих галузей та ін.), вони випускають з фокуса інноваційність як невід'ємний атрибут такого утворення як кластер, і найважливішу характеристику результатів його функціонування.

Цей недолік було усунуто в роботах Г. Трілленберга, який дав більш повне і сутнісне визначення поняття туристичного кластера, відповідно до якого «... туристичний кластер в цілому формується на інноваційній основі і ... в той же час, наслідком мережевої взаємодії складових кластера є прискорення впровадження інновацій» [235].

Сутність поняття «туристичний кластер»

Визначення	Автор
Система виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг зі створення спільного туристичного продукту.	С. Буснюк С. 23-28.
Співтовариство різних підприємств і організацій на певній території, які спрямовані або опосередковано пов'язані з надання туристичних послуг.	М. Грицаєнко С.52-57.
Комплекс територіально локалізованих і взаємопов'язаних підприємницьких структур різних галузей господарства крупного міста, діяльність яких спрямована на створення умов для духовних і емоційних переживань споживача туристичних послуг, і підвищення конкурентоспроможності міста на вітчизняному та міжнародному туристичних ринках.	І. Ковальчук С. 148–153
Організаційно оформлене добровільне об'єднання, сукупність представництв місцевих органів влади, підприємств, організацій та індивідуальних підприємців різної галузевої приналежності (будівельної, сільськогосподарської, промислової, комунікаційної, наукової, освітньої, інвестиційної, народних промислів), розташованих на певній території, з метою встановлення тісної взаємодії для стійкого колективного розвитку і підвищення конкурентоспроможності території.	Л. Матвєєва, З. Агузаров С. 77
Туристичний кластер являє собою мережу взаємодоповнюючих суб'єктів економічної діяльності, об'єднаних участю кожного суб'єкта в ланцюгу створення вартості туристичного продукту.	В.Ф. Семенов, О.В. Басюк С. 78

Джерело: складено автором на основі [30, 59, 107, 136, 219]

Однак, запропонований Г. Трілленбергом підхід дещо звужує розуміння кластера, акцентуючи увагу тільки навколо інноваційності підприємств туристичного бізнесу як ядра цього утворення. Дійсно, перевага і новизна кластерного підходу полягають в тому, що він підсилює значимість мікроекономічної складової, груп підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких знаходиться в одній (або спорідненій) сферах бізнесу за регіональною ознакою або соціальному аспектам економічного розвитку [11, с. 66].

Однак, найважливішою умовою існування кластера є формування складних коопераційних зв'язків і конкурентних відносин, які дозволяють учасникам

здійснювати діяльність, тому під інноваційним кластером в сфері туризму регіону будемо розуміти сукупність взаємодоповнюючих суб'єктів економічної діяльності, об'єднаних участю кожного суб'єкта з метою створення інноваційного туристичного продукту.

РОЗДІЛ 3

РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ: ПЕРЕДУМОВИ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ

3.1. Діагностика туристичного та інноваційного потенціалу розвитку сфери туризму в регіоні

Туризм як вид економічної діяльності характеризується значною ресурсозалежністю. Причому потенціал розвитку туристичної діяльності формується не лише природними, а й соціально-культурними передумовами, а також має суттєву просторову диференціацію. З огляду на конструктивістський аспект диференціацію туристичного потенціалу достатньо великих за площею держав, таких як Україна, доцільно аналізувати у регіональному розрізі. Водночас для забезпечення можливості практичного застосування диференційованих програмних цілей і завдань формування регіональної політики розвитку туризму в окремих регіонах такий аналіз доцільно здійснювати у двох вимірах – у регіональному розрізі в межах України й окремо в межах цільового регіону.

Природноресурсні передумови розвитку туризму в Україні мають важливе значення для формування регіонів із туристичною спеціалізацією. Зокрема, територіальні громади розташовані на узбережжі Чорного та Азовського морів активно використовують наявні можливості для розвитку дестинацій рекреаційного туризму. В той самий час гірські території об'єднані в межах Карпатського регіону мають можливості для розвитку сільського, екологічного, гірськолижного, екстремального видів туризму і є одним із пріоритетних в контексті інноваційного розвитку туристичних регіонів держави.

Природні передумови розвитку туризму зумовлюють також внутрішню різноманітність ландшафтів і самі по собі є об'єктами туристичного інтересу та розподіляються по території України відповідно до закономірностей природного

зонування. Важливе значення для формування центрів санаторно-курортного лікування та оздоровлення має наявність бальнеологічних ресурсів, передусім джерел мінеральних вод, які у точковому вигляді поширені практично на всій території України.

Варто зауважити, що природний потенціал розвитку туризму є досить стійким в часі. У цьому контексті ключовим фактором його оптимального використання є регіональна політика щодо збереження природних рекреаційних ресурсів та їх раціонального використання у процесі здійснення туристичної діяльності. Інноваційною складовою процесів використання природноресурсного туристичного потенціалу є впровадження у цій сфері усіх компонентів концепції сталого розвитку (економічної, соціальної, екологічної).

У цьому контексті найбільш доречним буде трактування сталого розвитку як регульованого процесу гармонізації продуктивних сил, соціальних, економічних і екологічних складових, спрямованих на використання, збереження та поетапне відновлення цілісності природного середовища, створення можливостей і досягнення відповідної якості життя людей [28].

Тоді як природні передумови інноваційного розвитку туризму в регіонах України чітко детерміновані географічним положенням, історико-культурний потенціал є значно більш диференційованим і багатоваріантним як з точки зору просторової структури, так і з позицій можливостей туристичного використання.

Аналізуючи регіональні відмінності історико-культурного туристичного потенціалу в Україні (рис. 3.1), можна помітити, що найбільша кількість пам'яток культурної спадщини національного значення характерна для Чернігівської області, Черкаської, Львівської, Київської областей, а також міста Києва й АР Крим. Спільною рисою цих регіонів є давня історія заселення і достатній рівень збереження пам'яток історії й культури.

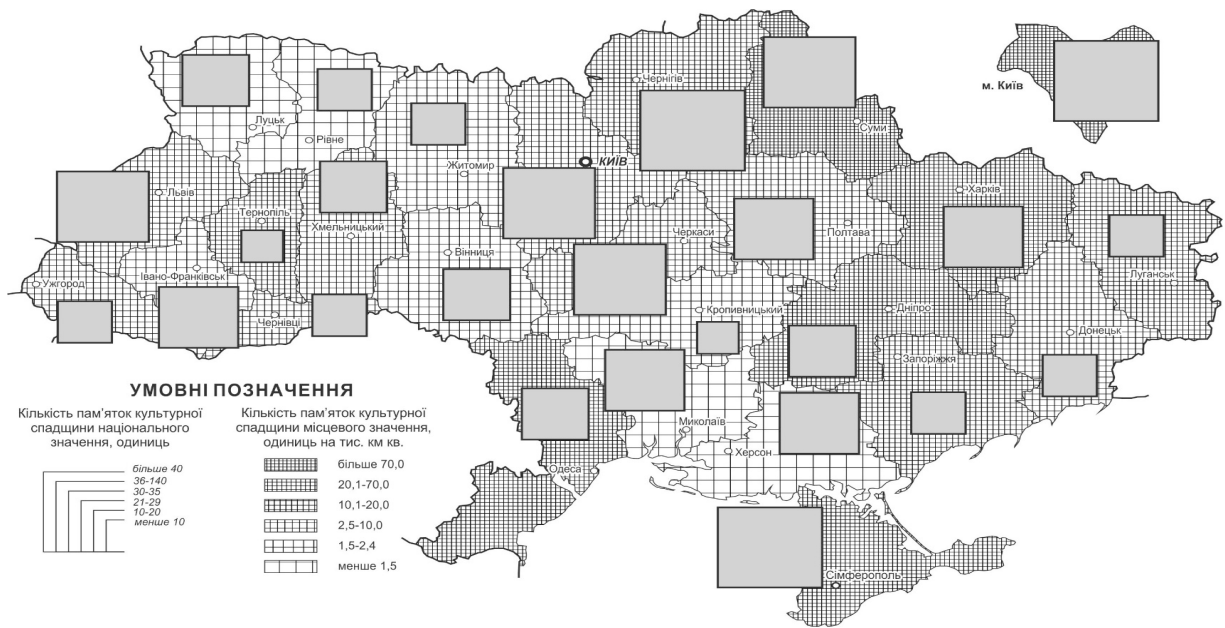


Рис. 3.1. Регіональні відмінності історико-культурного туристичного потенціалу в Україні. Розроблено авторами

Водночас пам'ятки культурної спадщини місцевого значення мають дещо інші закономірності регіонального розподілу, а саме їх максимальна концентрація спостерігається у східних регіонах держави, таких як Сумська, Харківська, Дніпропетровська, Запорізька області, а також у місті Києві, АР Крим і Одеській області, порівняно високим цей показник є й у Тернопільській області. Помітно, що такий територіальний розподіл історико-культурного туристичного потенціалу регіонів України не зовсім відповідає географії туристичних потоків, які спрямовуються на приморські регіони у тому числі ті, які не володіють високим історико-культурним туристичним потенціалом (Херсонська, Миколаївська області), а також області Карпатського регіону, де концентрація пам'яток культурної спадщини (за винятком Львівської області) характеризується середніми на загальнодержавному фоні значеннями.

У межах Вінницької області під охорону держави взято близько 3,5 тис.

пам'яток культурної спадщини, у тому числі 1,5 тис. археологічних пам'яток. В області функціонує більше ніж 120 музеїв, з них 23 державні та 97 самодіяльних, 33 з яких мають статус міжнародний [39].

Попри те, що Вінницька область не посідає провідних місць в Україні за показниками історико-культурного туристичного потенціалу, саме її було обрано для пілотного проекту впровадження електронного обліку об'єктів культурної спадщини «Державний реєстр нерухомих пам'яток України» – електронної платформи для обліку об'єктів культурної спадщини. У 2017 році після тривалого блокування було оновлено сам реєстр об'єктів культурної спадщини, що дало змогу як суттєво актуалізувати його, так і сприяти збереженню перспективних туристичних об'єктів, після отримання ними спеціального статусу. Цей проєкт дасть можливість територіальним громадам швидко знаходити інформацію щодо наявності об'єктів культурної спадщини на їхній території. Також правоохоронним органам буде легше перешкоджати їх руйнуванню [146].

На нашу думку, формування подібних реєстрів і використання їх даних на різних рівнях – від територіальної громади й підприємства і до центральних органів влади дасть змогу оптимізувати процеси використання туристичного потенціалу регіонів держави і є одним із важливих напрямів інноваційного розвитку туризму, а також інструментом формування іміджу держави на міжнародному туристичному ринку.

Як показали результати аналізу, історико-культурний туристичний потенціал регіонів України на сучасному етапі не повністю корелюється з напрямками туристичних потоків, а отже, має високу місткість для впровадження інновацій.

Важливим завданням на етапі вивчення передумов і факторів інноваційного розвитку туризму є аналіз сучасного стану і тенденцій розвитку індустрії туризму та гостинності в регіонах України.

Сучасний стан туристичного ринку України зумовлений специфікою

останнього етапу розвитку соціально-економічної системи держави. Зокрема, події пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та воєнними діями на Сході призвели до суттєвого скорочення туристичних потоків, а також тимчасової втрати можливості використання унікальних туристичних ресурсів. Водночас значна частина суб'єктів туристичної діяльності, які функціонували на території України, продовжила свою роботу у кризових умовах.

Однак вирішальним випробуванням для туристичного комплексу держави стали глобальні загрози пов'язані із пандемією COVID-19. Закриття кордонів та обмеження пересування громадян України в межах держави призвели до фактичної зупинки туристичної діяльності у багатьох регіонах. Зважаючи на відсутність перевірених статистичних даних, які могли б засвідчити про наслідки подій 2020 року для туристичного комплексу держави, оцінити їх можна буде у наступні роки. Однак, аналізуючи тенденції останнього десятиліття розвитку туристичного бізнесу в Україні, можна зробити певні висновки й спрогнозувати реакцію туристичного комплексу держави та регіональних туристичних систем на кризовий період.

Як бачимо із картосхеми (рис. 3.2), регіональний розподіл суб'єктів туристичної діяльності в Україні, головним чином зумовлений щільністю розселення та рівнем урбанізації, тобто показники функціонування туристичних підприємств напряму залежать від споживчого чинника. Хоча в окремих випадках важливе значення має і ресурсний чинник. Зокрема, непропорційною до показників розселення населення є велика кількість осіб обслужених суб'єктами туристичної діяльності в Івано-Франківській області. Така ситуація пояснюється важливою роллю місцевих туроператорів та тур агентів в реалізації турів територією Карпатського регіону.

Як видно із рис. 3.3, кризовий період 2013-2014 рр. позначився також на динаміці розвитку сфери туризму та гостинності. Зокрема, з об'єктивних причин суттєво скоротилася кількість закладів розміщення в Україні. Хоча в окремих

регіонах, наприклад, Вінницькій області (рис. 3.4), таке скорочення не спостерігалось. Це свідчить як про неоднаковий рівень стійкості регіональних туристичних систем України, що пов'язано із відмінностями у потенціалу розвитку туристичної сфери, у тому числі інноваційному, так і про компенсаторні механізми внутрішньодержавного розподілу туристичних потоків у період після 2014 року.

Це стосується і такого показника як кількість осіб, що перебували у закладах розміщення (рис. 3.5). В Україні цей показник у 2013-2014 рр. різко скоротився з 8303 тис. осіб до 5424 тис. осіб, але у наступні роки, на відміну від попереднього показника, поступово зростав – до 6661 тис. осіб у 2017 році. На прикладі Вінницької області (рис. 3.6) можемо помітити ще більш суттєве зростання кількості осіб, що перебували у закладах розміщення – від 135 тис. осіб у 2013 році до 162 тис. осіб у 2017 році.

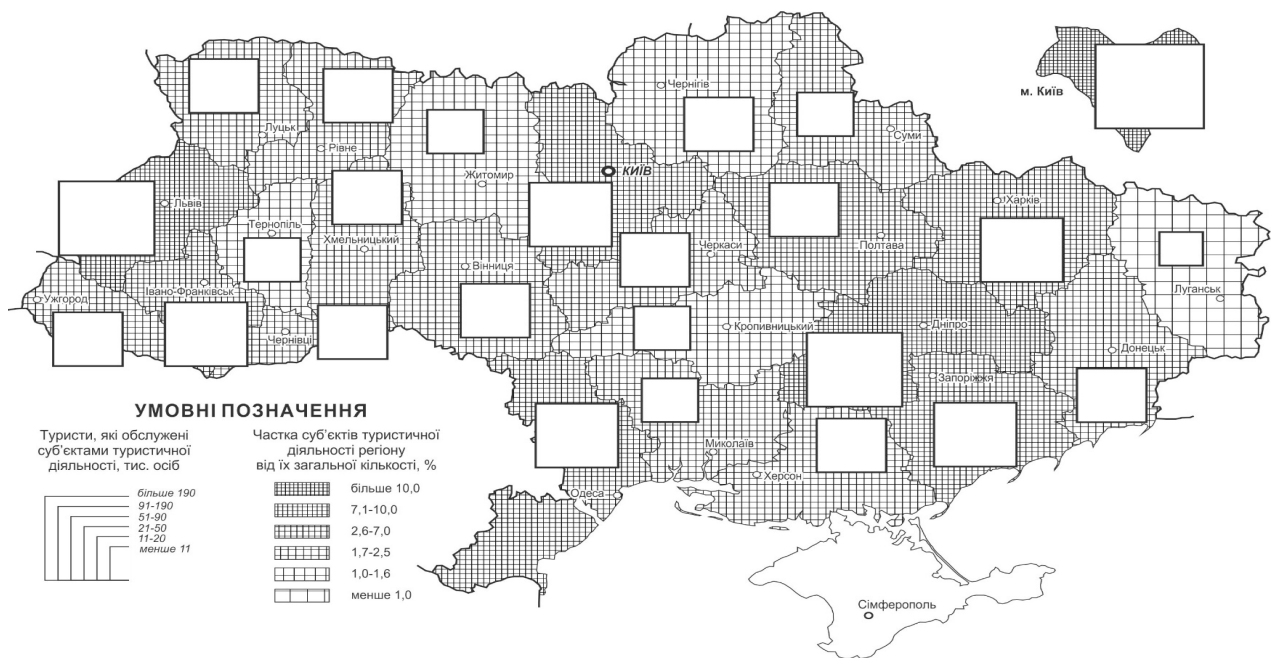
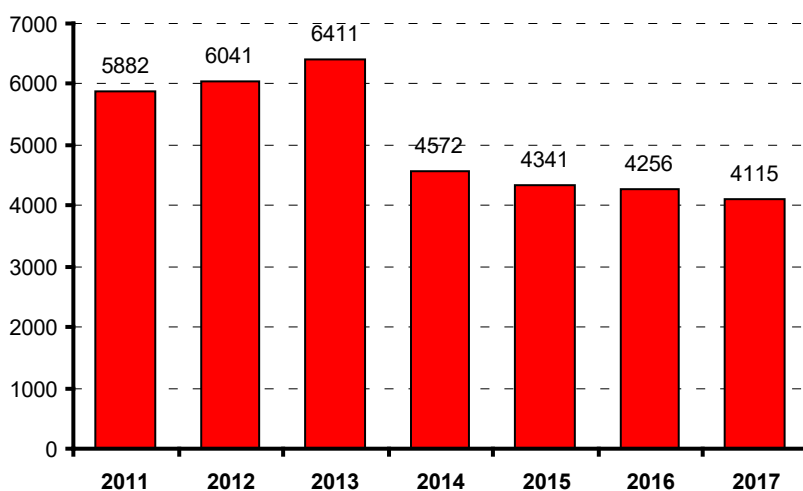
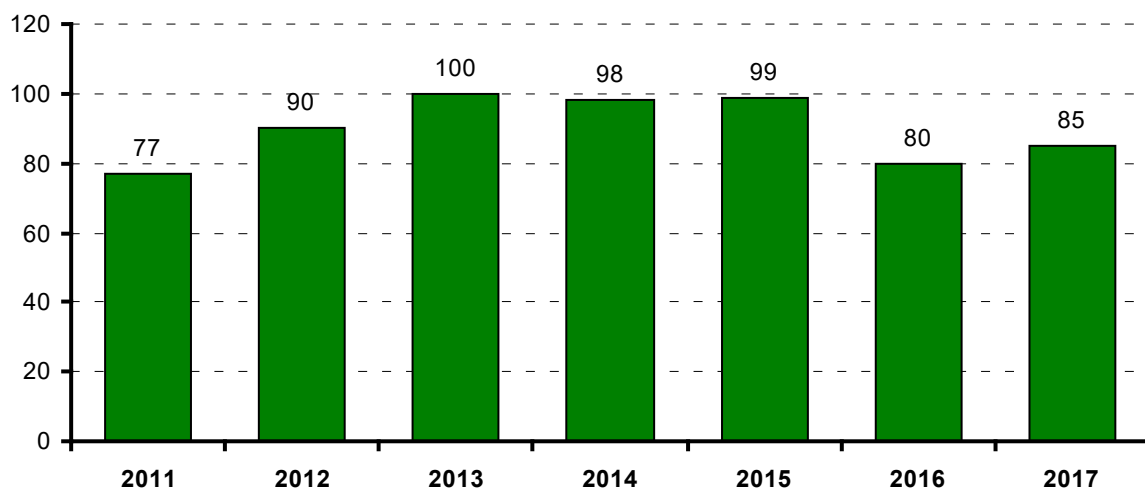


Рис. 3.2. Основні показники функціонування суб'єктів туристичної діяльності в регіонах України у 2018 році. Розроблено авторами



*Рис. 3.3. Кількість закладів розміщення в Україні у 2011-2017 рр.,
одиниць. Джерело: складено за [65]*



*Рис. 3.4. Кількість закладів розміщення у Вінницькій області у 2011-2017
рр., одиниць. Джерело: складено за [65]*

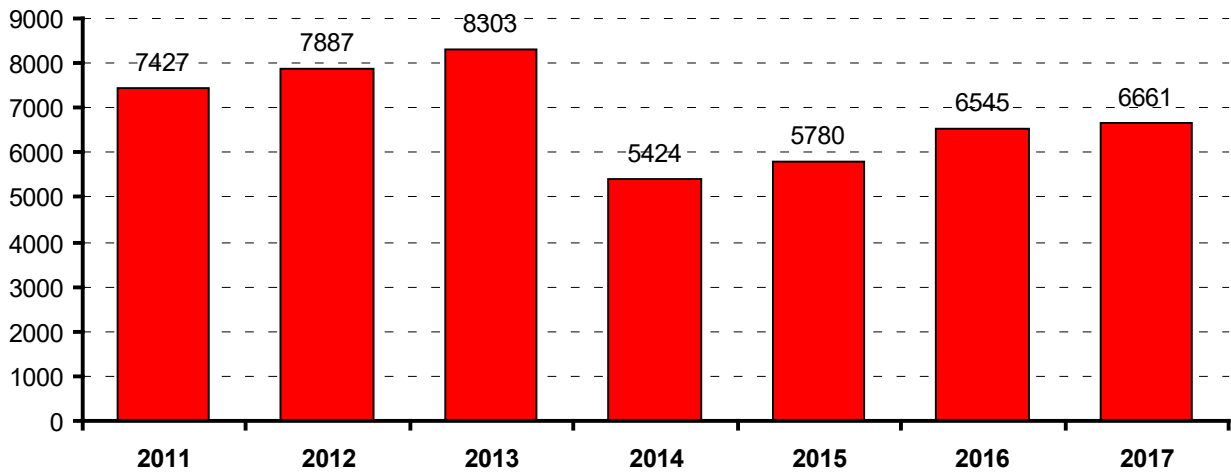


Рис. 3.5. Кількість осіб, що перебували у закладах розміщення України у 2011-2017 рр., тис. Джерело: складено за [65]

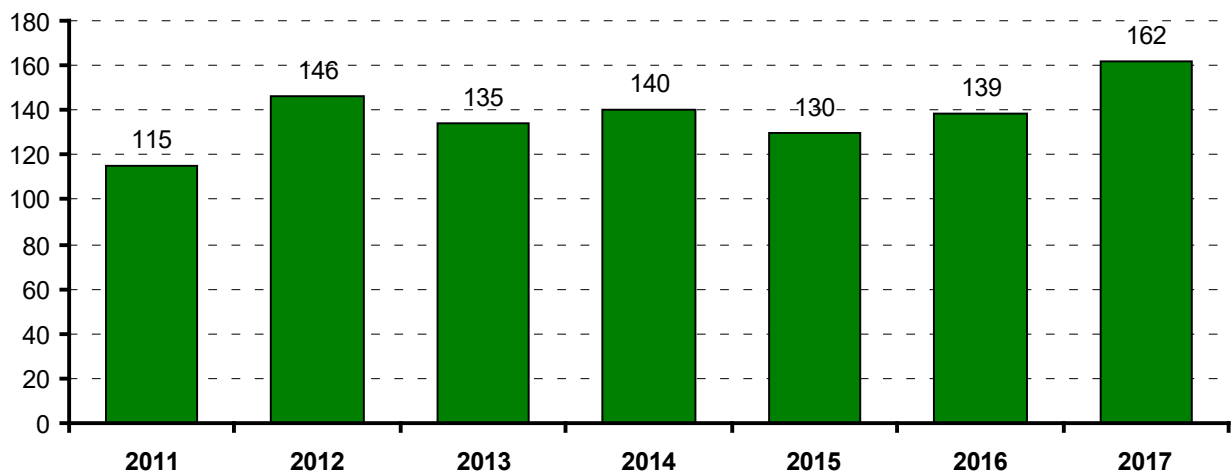


Рис. 3.6. Кількість осіб, що перебували у закладах розміщення Вінницької області у 2011-2017 рр., тис. Джерело: складено за [65]

Аналізуючи регіональні відмінності показників розвитку сфери гостинності в Україні станом на 2017 рік (рис. 3.7), можна помітити, що найвища концентрація закладів цієї сфери характерна для Львівської та Одеської областей, а найнижча – для Луганської.

юридичні особи. Тим не менш, доступні статистичні дані (табл. 3.1) дають змогу приблизно оцінити актуальні тенденції розвитку туристичної сфери. Зокрема, помітно що кількість колективних засобів розміщування та показники їх діяльності упродовж 2017-2019 років постійно зростали, підвищувалася також частка іноземців, які користувалися послугами засобів розміщування в Україні.

Таблиця 3.1

Колективні засоби розміщування в Україні у 2019 році (юридичні особи)

Показники діяльності колективних засобів розміщування (КЗР)	Усього	У тому числі	
		готелі та аналогічні засоби розміщування	інші засоби розміщування
Кількість КЗР, од	1626	792	834
Кількість місць у КЗР, од	186840	75667	111173
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	39634	39634	-
Кількість осіб, що перебували у КЗР – усього	4604935	3693556	911379
з них іноземців	812722	795482	17240
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	12446841	7040927	5405914
з них ночівель іноземців	1687148	1607930	79218

Джерело: [65]

У регіональному розрізі помітно, що станом на 2019 рік найбільша кількість засобів розміщування була характерна для Одеської області, однак 187 наявних закладів у цьому регіоні лише близько третини становили готелі та аналогічні засоби розміщування (рис. 3.8). У той же час, для прикладу, у Львівській області переважна більшість із 130 засобів розміщування припадала саме на готелі.

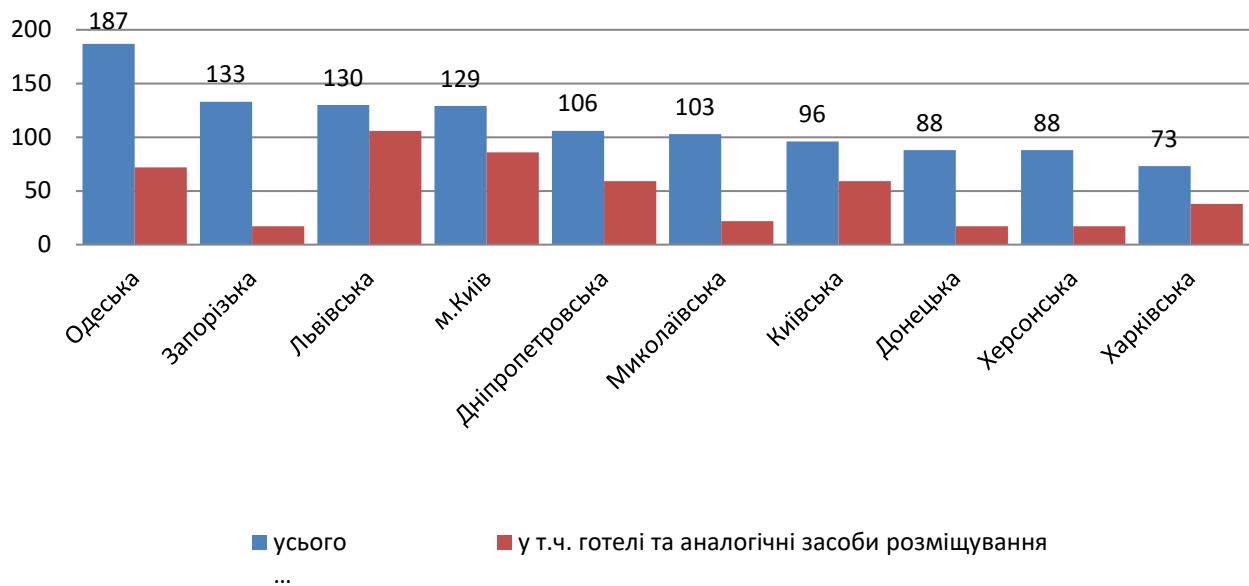


Рис. 3.8. Регіони України з найбільшою кількістю засобів розміщування (юридичних осіб) у 2019 році, одиниць. Джерело: складено за [65]

Отже, у показниках структури засобів розміщування в регіонах України спостерігаються суттєві диспропорції, які пов'язані із туристичним інноваційним потенціалом відповідних регіонів.

Чим більш диференційованим є туристичний продукт, чим вище конкуренція у бізнес-середовищі туристичної сфери регіону, тим вищою є частка готелів та аналогічних засобів розміщування у загальній структурі засобів розміщування.

Аналізуючи дані про кількість осіб, що перебували в засобах розміщування у 2019 році, варто звернути увагу на те, що попри схожий до попереднього показника рейтинг регіонів України, структурні характеристики суттєво відрізняються (рис. 3.9). Зокрема, в Одеській та Запорізькій областях, які посідають перші два місця за кількістю осіб, що перебували в засобах розміщування, місце готелів та аналогічних засобів розміщування у формуванні цього показника є майже стовідсоткове.

В той самий час, у Львівській області лише менше половини осіб за 2019

рік перебували власне у готелях.

Очевидно, що з одного боку такі дані зумовлені недосконалістю збору статистичної інформації, яка не охоплює всіх осіб, що перебували у засобах розміщення приморських регіонів у літній сезон, а з іншого боку, доводить те, що попит на послуги закладів розміщування вищих категорій, зокрема готелів, є достатньо високим, а отже досить високим можна вважати й попит на інноваційні продукти, які саме у таких закладах найповніше реалізуються.

Зважаючи на те що інноваційна діяльність туристичних підприємств у офіційній статистиці України не показана, для аналізу сучасного стану та тенденцій розвитку інноваційної діяльності у державі варто детальніше розглянути особливості структури та динаміки наявних показників на рівні національної економіки.

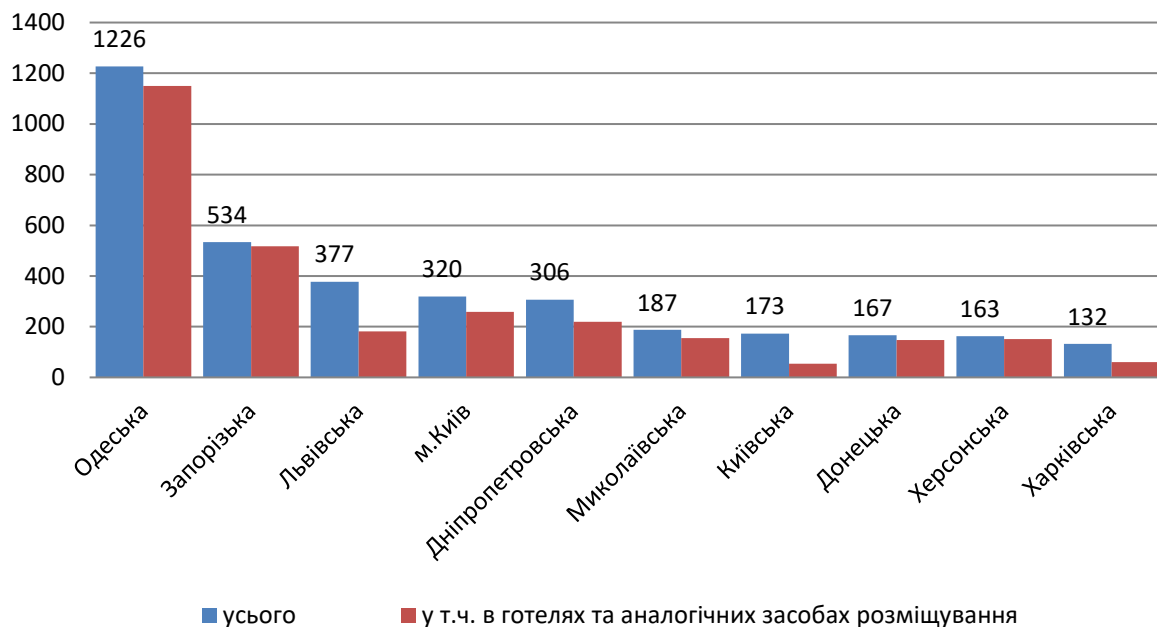


Рис. 3.9. Регіони України з найбільшою кількістю осіб, що перебували в засобах розміщування (юридичних особах) у 2019 році, тис. осіб

[Джерело: складено за [65]]

Важливою передумовою інноваційного розвитку окремих секторів економіки є ефективність функціонування національної інноваційної системи

загалом, що може бути проаналізована як за даними офіційної статистики, так і за результатами зовнішнього оцінювання в межах глобальних рейтингів.

За даними науково-аналітичної доповіді «Інноваційна діяльність в Україні у 2019 році» [199], у 2019 р. в Україні зросла кількість інноваційно-активних підприємств, але їхня частка у загальній кількості промислових підприємств знизилась порівняно з 2018 р. Більшість інноваційно-активних підприємств витрачали кошти на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення. Загальний обсяг витрат підприємств на інновації зріс на 14,4% порівняно з 2018 р. Основним джерелом фінансування є власні кошти підприємств, їх частка у 2019 р. становила 87,7%. Кількість впроваджених нових технологічних процесів зросла, у той час, як кількість впроваджених інноваційних видів продукції зменшилася. Обсяг реалізованої інноваційної продукції у 2019 р. порівняно з 2018 р. зріс на 27,4%. Кількість придбаних та переданих технологій також характеризується позитивною динамікою. За видами економічної діяльності найбільш інноваційно-активними були підприємства з виробництва машин і устаткування, з виробництва харчових продуктів та з виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів [199].

За даними національних аналітичних досліджень основою української інноваційної конкурентоспроможності є людський капітал і дослідження, а також знання й результати наукових досліджень. Їх ефективна реалізація і є головною конкурентною перевагою. Однак, за даними міжнародних рейтингів [271] у 2019 р. за підіндексом «Людський капітал і дослідження» Україна втратила ще 8 позицій і опинилася на 51 місці. Причиною цього стало скорочення витрат на освіту у відсотковому співвідношенні до ВВП (22 місце у 2017 р., 26 місце – 2018 р., 48 місце – 2019 р.) та витрат на дослідження і розробки у відсотковому співвідношенні до ВВП (54 місце у 2017 р., 62 місце у 2018 р., 67 місце у 2019 р.).

Нижче подаємо результати аналізу інших показників міжнародних рейтингів [271]. За підіндексом «Знання й результати наукових досліджень»

Україна на високому 28-му місці в загальному рейтингу, втративши одну позицію порівняно з 2018 р. Серед сильних сторін цього підіндексу варто виділити наступні показники: створення знань (17-е місце), співвідношення патентів за походженням до ВВП за паритетом купівельної спроможності (17-е місце), співвідношення корисних моделей за походженням до ВВП за паритетом купівельної спроможності (1-е місце), витрати на комп'ютерне програмне забезпечення у відсотках ВВП (19-е місце), експорт ІКТ послуг у відсотках від загального обсягу торгівлі (11-е місце). У 2019 р. за підіндексом «Інституції» позиція України помітно покращилася – 96 місце проти 107-го у 2018 р., у тому числі за показником політичне середовище – 110 (122-е місце – 2018 р.), регуляторне – 78 (78-е місце – 2018 р.), за станом бізнес-середовища – 99 (100-е місце – 2018 р.). За рівнем розвитку інфраструктури Україна втратила вісім позицій і посідає 97 місце. При цьому низьким залишається значення показника «екологічна сталість» – 120 місце, оскільки за показником «ВВП на одиницю спожитої енергії» Україна на 115 місці. Ринкові показники України оцінені у 43,3 бала, що відповідає 90 місцю (89 місце у 2018 р.) (за кредитами - 91 місце, інвестиціями – 115, рівнем торгівлі та конкуренції – 42). За оцінкою бізнес-досвіду Україна посіла 47 місце (за кількістю працівників інтелектуальної праці – 45 місце, інноваційними зв'язками – 55, сприйняттям знань – 73). За підіндексом «Креативність» Україна покращила свою позицію, перемістившись із 45 місця на 42, у тому числі за показником нематеріальні активи посідає 17 місце, креативні товари та послуги – 91, онлайн креативність – 43 [199].

Загалом, аналіз п'яти міжнародних рейтингів, що оцінюють інноваційність економік окремих країн світу, свідчить, що результативність інноваційної діяльності України у 2019-2020 рр. знизилась за всіма індексами. Серед причин цього варто виділити скорочення витрат на дослідження і розробки та на освіту у відсотковому співвідношенні до ВВП, що вплинуло на показник якості людського капіталу і досліджень. Крім того, рівень розвитку інноваційної

інфраструктури залишається на досить низькому рівні у порівнянні з провідними країнами світу. До слабких сторін можна також віднести захист прав інтелектуальної власності, розвиток кластерів, частку населення, яка є користувачем мережі Інтернет [199].

Серед досягнень України – покращення позиції за такими показниками: індекс приваблювання талантів, ринкові та нормативні можливості на ринку праці, інституції, креативність, проникнення високих технологій, навички [175].

Порівнюючи офіційні дані Держстату та міжнародні рейтинги щодо інноваційної активності, можна зробити висновок про невідповідність національної системи моніторингу інноваційної діяльності у сфері обслуговування міжнародним зразкам. Основний акцент на інноваційну діяльність промислових підприємств, що традиційно спостерігається в офіційній статистиці України не відповідає сучасним тенденціям розвитку світової економіки та, на жаль, не дає змоги правдиво оцінити внесок туристичних підприємств у інноваційну діяльність на регіональному рівні.

Отже, аналіз сучасного етапу розвитку суб'єктів туристичної діяльності та закладів розміщення в регіонах України продемонстрував чітку диференціацію між регіонами, що є водночас і генераторами, і дестинаціями туристичних потоків (Львівська, Одеська області, м. Київ), та регіонами, що переважно лише генерують туристичні потоки (Харківська, Дніпропетровська області). Також привертати до себе увагу показник доходів від надання послуг розміщення у розрахунку на одну обслужену особу, який є досить високим в окремих регіонах (наприклад, Вінницька область), що не володіють значним потенціалом розвитку індустрії гостинності, що опосередковано свідчить про хороші передумови для ведення інноваційної діяльності на підприємствах сфери розміщення.

Аналіз інноваційної активності в Україні на сучасному етапі свідчить про наявність певних диспропорцій в інноваційному потенціалі національної економіки, а також невідповідність чинної системи статистичного обліку

міжнародним стандартам, що не дозволяє адекватно оцінити обсяги та тенденції інноваційної діяльності, зокрема у туристичній сфері на регіональному рівні.

3.2. Соціальні та безпекові проблеми інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні

Сучасний туризм є важливим соціальним явищем, яке охоплює значну частину населення планети. Соціальна складова туристичної діяльності настільки вагома, що враховується практично у всій галузевій стратегічній документації на усіх просторових рівнях. Поряд із тим, сучасний ринок, насамперед у сфері обслуговування, характеризується надзвичайно високою конкурентністю. Для того, щоб виграти конкурентну боротьбу, не лише суб'єкти економічної діяльності, а й держави та регіони мають розробляти й впроваджувати різні види інновацій. Основні стратегічні цілі інновацій у сучасному туризмі – забезпечення сталого розвитку туристичних регіонів та дестинацій, а також гарантування соціальної безпеки туризму.

Категорія соціальної безпеки туризму є достатньо новою не лише для вітчизняної науки, однак існують уже певні напрацювання, що пов'язані із визначенням відповідних понять та їх структуризацією. Зокрема, соціальну безпеку туризму трактують як «стан функціонування регіональної туристичної системи, що характеризується захищеністю усіх її підсистем від зовнішніх та внутрішніх загроз соціального характеру, а також здатністю адекватно реагувати на виклики й забезпечувати формування стійкого стратегічного потенціалу розвитку туризму в умовах соціалізації економіки регіону» [51].

У структурі соціальної безпеки туризму виділяють культурну, демографічну та громадську безпеку (табл. 3.2).

Гарантування соціальної безпеки туризму, на наш погляд, в сучасних умовах має бути одним із пріоритетних напрямів формування регіональної

політики у цій сфері, а з огляду на нові загрози, які вимагають невідкладних і нетипових рішень, також інноваційним напрямом.

Аналізуючи інноваційні процеси у туристичній сфері регіону, слід мати на увазі її системний характер. Оскільки регіон як соціально-економічна та адміністративна система є основним об'єктом регіональної політики у сфері туризму, то системна парадигма має бути пріоритетною у процесі аналізу інноваційних аспектів розвитку туристичної діяльності на регіональному рівні.

Таблиця 3.2

Структура соціальної безпеки туризму в регіоні

Види соціальної безпеки туризму	Компоненти безпеки туризму		
	Безпека туристів	Безпека туристичних підприємств	Безпека туристичних дестинацій
Культурна безпека	Соціальна адаптація туриста в регіоні	Сприйняття туристичної діяльності населенням регіону	Туристична акультурація
Демографічна безпека	Демографічна структура споживчого ринку регіону	Демографічні особливості персоналу туристичних підприємств	Особливості відтворення та структури населення дестинацій
Громадська безпека	Безпека життя, здоров'я та майна туристів від посягань третіх осіб	Безпека працівників та майна туристичних підприємств від посягань туристів або інших осіб	Безпека дестинацій та їхнього населення від загроз соціального характеру, що зумовлені тимчасовим перебуванням туристів на їх території

Джерело: [51]

Отже, інноваційні процеси у регіональних туристичних системах мають також досліджуватися на основі аналізу їх системних характеристик з

урахуванням особливостей синергійного підходу. Водночас слід мати на увазі, що інноваційна активність на регіональному рівні не може розглядатися окремо від інших ієрархічних рівнів організації економічної діяльності. Зокрема, аналізуючи економічні процеси у туристичній сфері держави, окремий регіон слід розглядати як підсистему її туристичного комплексу. У свою чергу, окремі DESTINATIONI у межах регіону тоді також мають трактуватися як підсистеми нижчого ієрархічного рівня. У таких умовах постає питання трактування елементарних одиниць аналізу інноваційної діяльності у туристичній сфері. Варто зауважити, що тут можуть бути сформовані два головні підходи – функціональний та просторовий.

І з точки зору функціонального підходу елементарною одиницею аналізу інноваційної діяльності є галузь або ж вид економічної діяльності у межах певної адміністративної одиниці. За іншим вужчим трактуванням як форми організації інноваційної діяльності на елементарному рівні варто розглядати підприємства.

З позицій просторового підходу інноваційну діяльність доцільно аналізувати або на рівні регіону (чи окремих системних формувань такого рівня), або ж окремих просторових утворень, що сформовані у межах регіону під впливом туристичної діяльності. Такими елементарними просторовими утвореннями є туристичні DESTINATIONI, саме виникнення і розвиток яких є елементом інноваційного розвитку туризму в регіоні.

Одним із можливих етапів функціонування DESTINATIONI є створення кластерів. Саме кластерний підхід до просторового розвитку туристичної діяльності найчіткіше окреслює основні її аспекти та, на наш погляд, є найбільш перспективним не лише в контексті подальших досліджень, а й у практичній площині. Попри те, що кластер загалом є не лише просторовим утворенням, власне територіальна складова у цьому випадку із точки зору пріоритетності розвитку туризму є найважливішою.

Справді, з огляду на специфіку туризму як виду економічної діяльності та

суспільного явища його просторовий характер надзвичайно виражений. Однак варто наголосити також на іншому важливому аспекті, що повинен враховуватися при управлінні територіальним розвитком на регіональному рівні – соціальному [118]. Тоді як просторові аспекти туристичної діяльності зумовлені необхідністю переміщення у просторі під час надання відповідних послуг, соціальні пов'язані із залученням до цього виду діяльності різних груп населення та задоволенням великої кількості різнопланових потреб під час надання туристичних послуг. Одночасно туризм можна також трактувати і як одну із соціальних послуг, якщо мати на увазі окремі форми соціального захисту населення, які реалізуються через надання можливості представниками певних категорій громадян отримувати на пільгових умовах можливість рекреації та туризму на базі туристичних ресурсів та об'єктів держави [80].

Тісно пов'язаною із туризмом є і санаторно-курортна діяльність, яка передбачає передусім задоволення рекреаційних потреб у поєднанні з оздоровленням та лікуванням. Водночас інноваційні напрями розвитку оздоровчого туризму неодмінно передбачають залучення до програм відповідних подорожей і елементів інших видів туризму, що дає змогу розширити коло потреб, які задовольняються, та надавати більш якісні послуги.

Інновації у туристичній сфері поділяють на дві категорії – технологічні та туропераційні. Якщо технологічні інновації часто є новими лише для конкретного підприємства, а на ринку загалом мають уже певне поширення, то туропераційні переважно розробляються та впроваджуються на окремих туристичних підприємствах і сприяють диференціації пропозиції туристичних послуг на регіональному ринку [51].

Водночас впровадження усіх категорій інновацій прямо пов'язане із впливом соціальних чинників. По-перше, до розробки та реалізації інновацій залучений персонал підприємств, який характеризується різними рівнями готовності до сприйняття інноваційної активності та неоднаковою фаховою

кваліфікацією. По-друге, споживачі туристичних продуктів також не є однотайними щодо сприйняття інноваційних рішень та готовності їх використовувати. По-третє, регіональні органи влади та місцеве самоврядування не завжди однозначно сприймають як саму необхідність пріоритетного розвитку туризму на певних територіях, так і пов'язані з цим перспективні інноваційні форми організації економічної діяльності.

Очевидно, що для координації зусиль щодо формування цілісної й системної регіональної туристичної політики в умовах соціалізації економіки [89] необхідною є розробка соціальної доктрини туризму. Процес розроблення такої доктрини повинен передбачати ґрунтовний науковий аналіз соціально-економічної ситуації, об'єктивну оцінку попереднього досвіду у всіх сферах суспільного життя, вивчення зовнішніх та внутрішніх чинників впливу на перебіг суспільних процесів, аналіз та запозичення провідних тенденцій світового розвитку з подальшою їх адаптацією для ефективного соціального розвитку конкретних регіонів. На нашу думку, розроблення і реалізація ефективної соціальної доктрини туризму може знівелювати регіональні соціально-економічні диспропорції та сприяти розвитку територіальних громад.

Ключовим аспектом розробки соціальної доктрини туризму є аксіологічний. У цьому контексті сучасний туризм слід трактувати як сферу застосування і поширення суспільно значущих цінностей, які постійно трансформуються у відповідь на глобальні виклики й загрози. Незалежно від тривалості та мети туристичних мандрівок будь-яке переміщення з постійного місця проживання приносить нові знання про культуру та традиції інших країн, у результаті чого відбувається зіставлення національних та світових цінностей. Цьому факту значно сприяє урізноманітнення цілей сучасного туризму: окрім традиційних пізнавальних, спортивних та оздоровчих спрямувань, туристичні мандрівки активно здійснюються з діловими, науковими, релігійними, екологічними, гастрономічними, виховними, навчальними та іншими цілями.

Сформована на основі соціальної доктрини туризму регіональна політика у цій сфері, що базується на парадигмі інноваційного розвитку, може бути структурованою за вісьмома основними напрямками – адміністративно-управлінським, освітньо-науковим, соціокультурним, організаційним, інфраструктурним, технологічним, екологічним, інформаційним (табл. 3.3).

Детальніше слід зупинитися на особливостях і соціальних аспектах адміністративно-управлінського та інформаційного напрямів інноваційного розвитку туризму.

Таблиця 3.3

Інноваційні напрями розвитку туризму на регіональному рівні

Основні напрями	Соціальні аспекти	Організаційні форми
Адміністративно-управлінський	Формування і реалізація регіональної політики у сфері туризму з урахуванням потреб та інтересів суспільства. Сталий розвиток територіальних громад на засадах соціальної відповідальності та безпеки	Органи державної влади та місцевого самоврядування
Освітньо-науковий	Забезпечення підготовки фахівців, що володіють компетентностями, які необхідні для організації інноваційного процесу у сфері туризму, а також соціальними навичками, насамперед комунікаційними. Науково-методичне забезпечення адміністративно-управлінської та господарської діяльності у туристичній сфері регіону	Наукові та освітні заклади
Соціокультурний	Збереження культурної ідентичності місцевих громад та традиційних спільнот у поєднанні із їх ефективним використанням як інтелектуального та соціального ресурсу розвитку туризму. Територіальний брендинг та концептуальний маркетинг	Місцеві громади та інші спільноти
Організаційний	Оптимізація організаційно-управлінської структури та функціональних механізмів інноваційної діяльності на підприємствах туристичного бізнесу. Поєднання освітнього процесу з професійною діяльністю, інтеграція науки та економічної діяльності підприємств. Координація зусиль стейкхолдерів. Формування інноваційних структур	Туристичні підприємства та організації

	кластерного типу.	
Інфраструктурний	Оновлення і розбудова об'єктів інфраструктури та їх мереж. Підвищення якості обслуговування та швидкості транспортних перевезень. Категоризація закладів індустрії гостинності та збільшення асортименту їх послуг.	Заклади сфери обслуговування, транспортні та інші мережі

Продовження таблиці 3.3

Технологічний	Розширення використання комп'ютерних та інформаційних технологій. Впровадження систем управління якістю у процеси надання туристичних та супутніх послуг.	Заклади технічного обслуговування, консалтингові організації
Екологічний	Функціонування дестинацій і використання туристичних ресурсів на засадах сталого розвитку і екологічної безпеки. Впровадження екоосвітнього компонента в організацію туристичних маршрутів.	Дестинації
Інформаційний	Формування сприятливого для розвитку туризму інформаційного середовища. Розширення застосування сучасних інформаційних технологій у промоції туризму як перспективного виду економічної діяльності і прогресивного соціального явища.	Засоби масової інформації, у т.ч. сучасні Інтернет-медіа (сторінки у соцмережах, групи, канали та ін.)

Розроблено авторами

Відомо, що розвиток туризму на регіональному рівні залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів, але з точки зору формування ефективної регіональної політики дуже важливим чинником є діяльність місцевих органів влади та самоврядування. Оптимальні механізми впливу цього чинника можуть базуватися на теорії віддаленого розвитку, відповідно до якої локальний розвиток забезпечується за допомогою факторів місцевого розвитку з одночасною підтримкою капіталу, що виникає поза локальною системою [7]. Така концепція створює умови для:

- ефективного використання місцевих умов розвитку та перетворення їх на чинник розвитку певного регіону;
- реальної участі місцевих громад у формуванні програм економічного розвитку територій та контролі за їх реалізацією;

– відродження підприємництва та створення сприятливого мікроклімату для соціально-економічного розвитку;

– реструктуризації економіки регіону;

– активізації процесів соціально-економічної трансформації певних видів економічної діяльності.

Стимулювання інноваційного розвитку регіональної економіки у сфері туризму в першу чергу пов'язане з можливостями, які дає такий процес як програмування. Програмування розвитку – одна з форм прогнозування та створення майбутніх явищ; проміжний етап між прогнозуванням та плануванням; пасивний спосіб прогнозування, що полягає у встановленні гіпотетичної картини майбутніх явищ та процесів.

В умовах інтенсифікації процесів міжнародної економічної інтеграції програмування розвитку туризму неможливе без активізації транскордонного співробітництва, необхідність якого в сучасних умовах зумовлена такими факторами:

– наявністю спільних проблем, які необхідно вирішувати шляхом об'єднання зусиль;

– необхідністю гармонізованого регіонального розвитку та економічної кооперації, підвищення конкурентоспроможності регіонів та рівня життя населення периферійних прикордонних територій в умовах глобалізаційних та інтеграційних впливів;

– проблемами розвитку транспортної, інформаційної, підприємницької інфраструктури;

– власне потребами розвитку туристичної сфери;

– спільними проблемами у сфері екології та охорони довкілля;

– необхідністю активізації людського капіталу регіонів, розвитку науки, освіти та культури;

– необхідністю впровадження ідей євроінтеграції та поглибленням

добросусідських відносин [32].

Варто зауважити, що транскордонне співробітництво може мати кілька вимірів, серед яких і соціально-культурний, і цивілізаційний. У випадку, коли міждержавні кордони проведені без урахування етнонаціональних відмінностей та історичних особливостей розвитку відповідних територій, їх значення в контексті формування транскордонних зв'язків набуває нового змісту. З цього погляду особливо перспективною стає також організація туризму на прикордонних територіях, адже таким чином виникає можливість повноцінно використовувати наявні не лише природні, а й історико-культурні ресурси відповідних дестинацій.

Специфіка розвитку прикордонних територій зумовлюється їх транзитністю, що вимагає особливих підходів до розбудови інфраструктури, а саме збільшеної пропускної здатності прикордонної інфраструктури, комунікацій, можливості обслуговування значно більших потоків людей, товарів, вантажів. Відтак формування сектору послуг у прикордонних регіонах повинно бути пріоритетом соціально-економічного розвитку, а тому дуже важлива узгоджена діяльність сторін транскордонного регіону. В Україні, передусім у прикордонних регіонах, які обслуговують значні транзитні потоки, в межах транспортних коридорів вже з'явилися тенденції переважного розвитку сектору послуг, проте для інших регіонів держави їх доцільно значно посилювати [32].

Узагальнюючи, слід зауважити, що соціальні аспекти розвитку туризму на регіональному рівні можуть аналізуватися як у контексті вивчення передумов та факторів інноваційної діяльності у цій сфері, так і в межах концепції сталого розвитку з акцентом на збереження ландшафтного і культурного різноманіття. Виділені інноваційні напрями регіонального розвитку туризму в умовах соціалізації економіки не можуть бути реалізованими без забезпечення ефективного функціонування відповідних організаційних форм, якими можуть бути органи державної влади та місцевого самоврядування; наукові та освітні

заклади; місцеві громади та інші спільноти; туристичні підприємства та організації; заклади сфери обслуговування, транспортні та інші мережі; заклади технічного обслуговування, консалтингові організації; дестинації; засоби масової інформації та ін. Уся сукупність взаємозв'язаних організаційних форм інноваційної діяльності у межах регіону формує туристичну систему, основною ціллю функціонування якої в сучасних умовах має бути забезпечення регіональної й національної туристичної конкурентоспроможності з урахуванням впливу соціальних чинників.

Важливим аспектом інноваційного розвитку туризму в регіоні є соціалізація. Суспільне значення туризму не обмежується його внеском у формування валового регіонального продукту. Адже, з одного боку, туристичні послуги дають можливість задовольнити різнопланові потреби місцевого населення, а з іншого – забезпечують складну соціальну взаємодію туристичних потоків на території дестинації. Таким чином туризм стає вагомим чинником міжкультурної взаємодії, яка, однак, породжує також низку проблем, що у сучасних умовах суттєво загострюються.

Насамперед йдеться про проблему безпеки туризму, яка в останні десятиліття набула особливої актуальності та опинилася в центрі уваги спеціальних досліджень. Важливими загрозами безпеці туризму є не лише тероризм та воєнні конфлікти, а й поширення небезпечних хвороб. Пандемія COVID-19 засвідчила низький рівень стійкості як регіональних туристичних систем, так і національних туристичних комплексів в умовах глобальної соціальної нестабільності.

Саме в умовах пандемічної кризи чітко прослідковуються два аспекти соціалізації туризму. По-перше, туристичні потреби населення є дуже вагомими, адже навіть в умовах небезпеки подорожей велика частина туристів усе-таки зважується покинути місце постійного проживання з рекреаційною метою. По-друге, у межах дестинації зростає рівень несприйняття туризму як чинника, що

загрожує стабільності та функціонуванню соціально-економічних та соціокультурних систем регіону. В умовах глобальної нестабільності загрози, які несе туризм, за своїм масштабом перевищують можливі вигоди від розвитку цього виду економічної діяльності.

Справді, інноваційний розвиток туризму формує нові виклики сьогодення, реагувати на які мають регіональні туристичні системи. У цьому контексті виникає низка проблем пов'язаних із регулюванням механізмів адаптації системи до нових умов. Специфікою регіональних туристичних систем є їхня соціальна спрямованість, що зумовлює здатність таких систем до самоорганізації та саморозвитку. Водночас в умовах загострення кризових явищ в економічній та політичній сфері, а також глобалізаційних викликів, відсутність регуляторних механізмів несе загрозу активізації деструктивних процесів у туристичній сфері регіону, які можуть призвести до дезорганізації регіональних туристичних інституцій та фрагментарності регіональної туристичної політики.

В умовах пандемії COVID-19 основою регуляторної політики на державному та регіональному рівні було введення карантинних обмежень у поєднанні із певним послабленням регуляторних механізмів підприємницької діяльності, передусім у малому бізнесі. Водночас соціальний характер туристичної діяльності неминуче призводить до мінімізації туристичних потоків, що у поєднанні з обмеженнями у діяльності суб'єктів господарювання викликаними протиепідемічними заходами призвело до суттєвих кризових явищ у туристичній сфері регіонів України.

Попри відсутність актуальних статистичних даних, за попередніми оцінками різних експертів значна частка підприємств туристичного бізнесу призупинила або припинила свою діяльність на час карантинних обмежень. Станом на середину 2020 року був обмежений в'їзд іноземців з метою туризму в Україну, що суттєво вплинуло на наповнюваність дестинацій та перспективи їх подальшого розвитку. Водночас певна активізація внутрішнього туризму

вплинула головним чином на популярні туристичні регіони держави (Причорноморсько-Приазовський та Карпатський), які компенсували частково неможливість задоволення рекреаційних потреб громадян України у зв'язку із забороною в'їзду у низку популярних туристичних дестинацій світу.

Поряд із цим менш розвинені регіональні туристичні системи зазнали суттєвих збитків у зв'язку із форс-мажорними обставинами, а регуляторні заходи щодо активізації розвитку туризму, зокрема, висвітлені у стратегіях та програмах виявились неможливими до виконання. Водночас саме у кризових умовах суттєво зросла роль інновацій у розвитку туризму, які дають змогу частково задовольнити потреби туристів, принаймні пізнавальні та рекреаційні.

Широко почали використовуватись можливості мережі Інтернету для ознайомлення із популярними туристичними дестинаціями, експозиціями музеїв та іншими популярними серед туристів атракціями у багатьох країнах світу. Внутрішній туризм отримав додаткові можливості для розвитку завдяки активній маркетинговій політиці, у тому числі під егідою державних інституцій, щодо популяризації туристичних дестинацій регіонів держави, зокрема за посередництвом соціальних мереж.

Ключовим питанням, що опинилося в центрі уваги як споживачів туристичних послуг, так і їх виробників, стала безпека туризму. З огляду на прогнози розвитку епідемічної ситуації проблеми безпеки туризму надалі залишатимуться актуальними у найближчі роки.

Отже, важливе завдання інноваційного розвитку туризму в сучасних умовах – врахування соціальних передумов, які зумовлені характером туристичної діяльності, а також актуальними глобальними викликами й загрозами. У такій ситуації інноваційна активність підприємств стає умовою їх функціонування, а ефективна регіональна політика у цій сфері – чинником збереження туристичного потенціалу регіонів у кризових умовах.

3.3. Концептуальні засади регіональної політики інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні в умовах невизначеності

Туристична діяльність, з огляду на свою складну функціональну і галузеву структуру, є важливим фактором соціально-економічного розвитку регіону. Водночас комплексність туризму породжує і низку проблем, адже для ефективного управління у цій сфері необхідна тісна співпраця та синхронізація багатьох галузей економіки з урахуванням специфіки міжнародних інтеграційних процесів. Зрозуміло, що для розв'язання цих проблем необхідним є обґрунтування системи багаторівневих заходів щодо планування та стратегічного управління розвитком туризму на регіональному рівні на підставі узгодженої та концептуально цілісної регіональної політики.

Основою для формування регіональної туристичної політики має бути створення умов для повноцінної реалізації найважливіших функцій туризму, серед яких:

- рекреаційно-оздоровча;
- пізнавальна (освітньо-виховна);
- культурна;
- функція формування екологічної свідомості;
- просторова;
- урбанізаційна функція.

Рекреаційно-оздоровча функція реалізується на соціокультурному рівні. Основна її мета – відновлення фізичних та психічних сил людини поза місцем постійного проживання. Поєднання відпочинку та оздоровлення зумовлене тим, що рекреаційна функція сприяє покращенню стану здоров'я людини, тоді як оздоровча функція у більшості випадків вимагає відпочинку для досягнення максимального ефекту. Важливість рекреаційно-оздоровчої функції полягає не лише у поліпшенні фізичного та психічного стану людини. Вплив цієї функції

відбивається і на підвищенні продуктивності та ефективності праці, що сприяє кращим економічним результатам підприємств і галузей, розвитку регіонів і держав.

На соціокультурному рівні реалізується ще одна важлива функція туризму – пізнавальна, здійснення якої пов'язано з когнітивними особливостями поведінки людини під час подорожей. Водночас туризм використовується і в закладах освіти як форма проведення навчальних і позанавчальних та виховних занять.

Культурна функція частково пов'язана з виховною і має двосторонній характер. Адже з одного боку культура має вплив на стимулювання туризму, а з іншого – туристична діяльність здійснює різносторонній вплив на культурне середовище.

Функція формування екологічної свідомості пов'язана з особливостями використання природних ресурсів у туризмі. Відомо, що туризм є одним із важливих факторів перетворення навколишнього середовища, що може мати негативні наслідки для екосистем. Саме тому під час організації туристичних подорожей важливим є використання положень концепції сталого розвитку.

Просторова функція туризму пов'язана із розбудовою на основі наявних туристичних ресурсів і об'єктів інфраструктурної мережі, яка допомагає більш ефективно задовольняти потреби туристів.

Пов'язаною із просторовою є урбанізаційна функція туризму, який:

- сприяє збільшенню кількості населення, що постійно та сезонно перебуває в містах-дестинаціях;

- впливає на значне збільшення зайнятості та доходів у сфері обслуговування;

- призводить до поширення міського способу життя серед населення менш урбанізованих туристичних районів.

Вплив функції урбанізації найкраще спостерігається в невеликих містах

та сільській місцевості, де процес розбудови інфраструктури призводить до помітних змін в просторовому розвитку [278].

Проаналізовані соціально-культурні аспекти формування регіональної політики у сфері туризму для врахування у стратегічному плануванні розвитку туристичних регіонів мають також мати єдине концептуальне підґрунтя, яким, на думку окремих авторів, може стати соціальна доктрина туризму.

На думку Ю. Феленчак, формування і реалізація соціальної доктрини в туризмі матиме вагоме значення для підвищення рівня соціально-економічного розвитку країни. Автор зазначає, що розроблення і реалізація ефективної соціальної доктрини туризму може знівелювати регіональні диспропорції економічного та соціального розвитку та сприяти становленню туризму як потужної альтернативної економічної галузі, що володіє практично невичерпними ресурсами для розвитку [238].

Попри те, що туризм належить до сфери послуг, у його розвитку також відіграють важливу роль і виробничі фактори (праця, земля, капітал та інформація).

Саме фактор трудових ресурсів є найважливішим серед виробничих чинників розвитку туризму. Вартість праці – головний елемент витрат на підприємствах сфери обслуговування. Своєю чергою, кількість та кваліфікація працівників є основним показником рівня надання послуг (послуги зазвичай вимагають більш кваліфікованої роботи, більш складної, ніж у більшості галузей матеріального виробництва). Отже, із точки зору туристичного підприємства, працівники та їх кваліфікація є основними факторами виробництва.

Серед багатьох питань, пов'язаних з фактором праці, такими як професійна кваліфікація, амбіції чи проблема плинності персоналу, заслуговує на увагу оцінка ефективності праці. Її можна виразити як відношення обсягу виробництва до витрат праці, понесених на його реалізацію. Виміряти такий показник на туристичних підприємствах складно, адже до важливих елементів

цієї оцінки належать якість спілкування з клієнтами, знання пропозицій, уміння реагувати на скарги, вирішувати проблемні ситуації, які негативно впливають на імідж компанії та рішення клієнтів щодо придбання послуг.

Земля як фактор виробництва включає всі природні ресурси, що використовуються у виробничому процесі. Тому він розглядається як прямий фактор виробництва, як територія (простір), на якій проводяться операції, а також як сукупність природних та кліматичних умов. Як відомо, основними формами використання землі у виробничому процесі є вирощування (наприклад, сільськогосподарського чи лісогосподарського виробництва), експлуатація (наприклад, видобуток корисних копалин), місце розташування (відіграє роль у виробництві як матеріальних благ, так і послуг).

У туризмі земля відіграє роль насамперед фактора локалізації (розташування та розподіл об'єктів у географічному просторі). Рішення щодо локалізації суб'єкта економічної діяльності є одними із найважливіших, адже мають довгострокові наслідки. Такі рішення вимагають найповніших даних про витрати та очікувані результати, пов'язані з вибором конкретного місця. Кожне місце має конкретну спроможність задовольнити потреби окремих людей та суб'єктів господарювання. Іншими словами, свої конкурентні переваги, серед яких – обсяг попиту та ресурси. Обсяг попиту – привабливість певного місця з точки зору можливості продажу вироблених товарів та послуг. Цей показник визначається кількістю споживачів та їх купівельною спроможністю. Значення ресурсів впливає з можливості отримання в певному місці умов, необхідних для ефективної економічної діяльності.

Фактор попиту має домінуюче значення у випадку вибору місця розташування закладів туристичного обслуговування. Ситуація дещо інша у випадку локалізації закладів розміщення, під час якої роль попиту є суттєвою, але виявляється вона не лише в момент придбання туристичної послуги, а перш за все в результаті наявності туристичного інтересу до розташованих поблизу

природних або ж історико-культурних об'єктів (ресурсів).

Додатковим критерієм локалізації є можливість використання транспортної мережі. Причому, важливою є не лише наявність та якість транспортних шляхів, а й близькість транспортних вузлів, що дають змогу туристам поєднувати пересування різними видами транспорту під час подорожі.

Капітал підприємств сфери послуг включає такі основні компоненти як приміщення, обладнання, транспортні засоби, доступ до джерел енергії та води, оснащення інструментами, матеріалами та запасними частинами. Підтримка цього виробничого потенціалу в повній ефективності вимагає інвестиційних витрат та впровадження досягнень технічного прогресу. Інвестиції можуть мати різний характер: заміна використаних ресурсів новими; модернізація (заміна застарілих ресурсів більш сучасними); розвиток (розширення ринків).

У готельному господарстві основними капітальними ресурсами є будівлі та споруди, обладнання номерів, системи внутрішнього зв'язку, технічні пристрої, включаючи комп'ютерні системи, обладнання для громадського харчування; у туристичних агенціях – обладнання для торгових точок, комп'ютерних систем; у туристичному транспорті – транспортні засоби, системи зв'язку; у спортивно-оздоровчих закладах – будівлі та споруди, їх обладнання.

У сучасній економіці саме інформаційні ресурси визначають пріоритетні напрями розвитку держав та регіонів. Однак не вся інформація є фактором виробництва. У цьому контексті потрібно насамперед говорити про організовану, впорядковану і практично спрямовану інформацію – знання. Позиція туристичної компанії на сучасному ринку визначається доступом до інформації та можливістю її використання. Основними способами використання інформації є:

- знання (потенціал, яким слід належним чином управляти);
- основа для прийняття управлінських рішень (шляхом дослідження ринку, орієнтованого на конкуренцію та споживачів);
- база даних про туристичний потенціал територій (туристичні ресурси,

розвиток туризму, пропозиція послуг суб'єктів господарювання);

- технологічна форма комунікації, презентації пропозицій та укладення угод зі споживачами та партнерами через сучасні системи онлайн-бронювання;
- предмет діяльності суб'єктів господарювання на туристичному ринку, зокрема туристичних інформаційних послуг у широкому розумінні.

Отже, з одного боку, сучасна інформація допомагає потенційним та реальним клієнтам формувати свої туристичні потреби та знаходити пропозиції, що відповідають цим потребам. З іншого боку, інформаційні технології дозволяють суб'єктам туристичної діяльності створювати та реалізовувати свої пропозиції (турпродукти).

Розвиток туризму на регіональному рівні залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів, але з точки зору формування ефективної регіональної політики дуже важливим чинником є також діяльність місцевих органів влади та самоврядування. Оптимальні механізми впливу цього чинника можуть базуватися на теорії віддаленого розвитку, сформульованій в 1970-ті роки, відповідно до якої локальний розвиток забезпечується за допомогою факторів місцевого розвитку з одночасною підтримкою капіталу, що виникає поза локальною системою. Така концепція створює умови для:

- ефективного використання місцевих умов розвитку та перетворення їх на чинник розвитку певного регіону;
- реальної участі місцевих громад у формуванні програм економічного розвитку територій та контролі за їх реалізацією;
- відродження підприємництва та створення сприятливого мікроклімату для соціально-економічного розвитку;
- реструктуризації економіки регіону;
- активізації процесів соціально-економічної трансформації певних видів економічної діяльності.

Інноваційна діяльність у сучасних умовах стала одним із найважливіших

чинників, що визначають рівень економічного розвитку та, відповідно, становища держави в міжнародній спільноті. З переходом до постіндустріального суспільства економічні показники розвитку країни стали більше залежати не від сфери матеріального виробництва, а від сфери послуг, зокрема, її здатності створювати й реалізовувати різні нововведення. Найбільшого економічного успіху досягають країни, які надають велику увагу розвитку інноваційної сфери, що є основою створення нових наукових результатів. Отже, створення й ефективне використання результатів інноваційної діяльності нині є найважливішими передумовами динамічного розвитку економіки України, зокрема і її туристичної сфери.

За Й. Шумпетером [254], інновація в буквальному сенсі означає впровадження наукового відкриття, технологічного винаходу. В широкому ж розумінні до інновацій належать процедури та засоби, за допомогою яких наукове відкриття реалізується в економічних нововведеннях. Тобто виникає необхідність у тих видах діяльності, які забезпечують упровадження ідей нововведення, а також формування системи управління цим процесом [202].

За охопленням сфер діяльності поняття «інновація» також має два трактування. За одним із них інновацію вважають комплексом всіх етапів життєвого циклу нововведення, починаючи із відповідних (причетних до досягнення кінцевого результату) фундаментальних досліджень. Інше враховує лише завершальні етапи цього циклу, що визначають освоєння і розповсюдження нової технології або нової наукомісткої продукції [227].

Визначення, що ілюструють основні підходи до трактування поняття «інновація» в економічному сенсі, подані в хронологічній послідовності у таблиці 3.4.

Основні підходи до визначення поняття «інновація»

Автор	Формулювання	Рік публікації
Друкер П.	Особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що відбуваються в економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в інших сферах обслуговування	1985
Санто Б.	Суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій	1990
Бездудний Ф.Ф., Смирнова Г.А., Нечаєва О.Д.	Процес реалізації нової ідеї в будь-якій сфері життєдіяльності людини, що сприяє задоволенню існуючої потреби на ринку і приносить економічний ефект	1998
Харів П.С. Собко О.М.	Результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок	2003
Шумпетер Й.	Нова науково-організаційна комбінація виробничих факторів, мотивована підприємницьким духом	2007
Керівництво Осло (Рекомендації щодо збору та аналізу даних стосовно інновацій)	Введення у вжиток якого-небудь нового або значно поліпшеного продукту (товару або послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діловій практиці, організації робочих місць або зовнішніх зв'язках	2010
Пересунько З.М.	Введений у практичну діяльність результат інноваційного процесу, втілений у новому чи модернізованому продукті, методі, підході, принципі, що створюється для вирішення певного завдання	2013
Коновал Ю.В.	Нововведення, яке в процесі впровадження в сферу діяльності призводить до поліпшення виробничого процесу, підвищення якості послуг, розвитку галузі, підвищення ефективності, економічних показників, зростання прибутковості, кращого положення на ринку, підвищення іміджу господарюючого суб'єкта	2014
Третяк А.М. Калганова І.Г.	Процес або результат процесу, в якому використовуються частково або повністю результати інтелектуальної діяльності; або забезпечується випуск патентоспроможної продукції; і забезпечується випуск товарів (послуг), які за своєю якістю відповідають світовому рівню або перевищують його	2016

Джерело: складено за [70; 216; 18; 243; 254; 99; 168; 111; 234]

Узагальнюючи проаналізовані підходи, можемо зробити висновок, що

домінантним є трактування інновації, як процесу розробки нових ідей і пропозицій, що мають на меті покращення послуг, продуктів чи технологій. Інновація може охоплювати різні види економічної діяльності, а також є дієвим методом конкуренції на сучасному ринку.

На наш погляд, інновацію як процес краще ілюструє поняття «інноваційна діяльність», а просто «інновацією» доцільніше називати саме результат інноваційної діяльності, який і впроваджується в практику.

Інноваційна діяльність у регіоні може трактуватися як сукупність взаємозалежних науково-виробничих процесів, які призводять до появи, формування і використання системи нововведень у цілях проведення радикального оновлення виробничої системи території, що відбивається на життєдіяльності людини. Таким чином, прогнозування інноваційної діяльності не слід відносити виключно до прогнозування тільки науково-технічних змін виробничої системи та суб'єктів господарювання, а також до прогнозування лише технічного і технологічного розвитку регіону [196].

Водночас наголошуючи не лише на організаційно-економічному аспекті інноваційної діяльності, а й на її ролі в соціально-економічному розвитку територій, варто аналізувати категорію «інноваційний розвиток».

Інноваційний розвиток – це зміни, які спрямовані на оновлення та якісний ріст ефективності процесів або продукції, що супроводжується переходом на новий рівень системної організації. Основними підходами до вивчення сутності «інноваційного розвитку» є: предметно-технологічний, за яким інноваційний розвиток розглядається як кінцевий результат наукової чи науково-технічної діяльності; функціональний, за яким інноваційний розвиток пов'язується із функціями створення, впровадження, поширення нововведень та реалізації інноваційних проєктів [56, с. 19–22].

Водночас як слушно зазначають окремі автори, інноваційний розвиток – це вдосконалення системи (об'єкта) на основі інновацій [37].

Наголошується, що інноваційний розвиток не може бути екстенсивним, оскільки «інновація» за своєю економічною суттю є результатом втілення нових знань [168].

Інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну наявного продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності [29].

Застосування інновацій у туристичній сфері спрямоване на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використовуючи новітні техніки та ІТ-технології, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, призведе до появи нових видів туризму [61, с. 65–69].

До інновацій в туризмі відносять насамперед ті нововведення, які супроводжуються:

- відновленням та розвитком духовних і фізичних сил туристів;
 - якісно новими змінами туристичного продукту;
 - підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму;
 - збільшенням результативності управління, стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери країни;
 - підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг;
 - прогресивними змінами факторів виробництва;
 - посилення іміджу і конкурентоздатності туристичних підприємств
- [81, с. 44].

Узагальнюючи наявні підходи до аналізу інноваційної діяльності

туристичних підприємств, А. Голод пропонує виокремлювати туропераційні та технологічні інновації. Якщо технологічні інновації часто є новими лише для конкретного туристичного підприємства, а на ринку загалом мають уже певне поширення, то туропераційні переважно розробляються та впроваджуються на окремих суб'єктах економічної діяльності й сприяють диференціації пропозиції туристичних послуг на регіональному ринку [51].

Л. Шимановська-Діанич серед основних напрямів інноваційної діяльності у сфері туризму виділяє такі:

- впровадження нових туристичних маршрутів, випуск нового туристичного та ресторанного продукту, надання нових готельних послуг тощо;
- застосування нової техніки й технологій;
- використання нових туристичних ресурсів;
- застосування нових способів і методів організації бізнес-процесу;
- відкриття нових напрямів і нових ринків збуту та інше [251, с. 105–109].

З огляду на багатоманітність інноваційної діяльності та системність об'єктів інноваційного розвитку на регіональному рівні його доцільно аналізувати в межах концепції регіональних туристичних систем. За визначенням А. Голода, регіональна туристична система – це «складна, відкрита, частково саморегульована система, що формується під впливом туристичних потоків; складається із соціальної, ресурсної, інфраструктурної, організаційної, управлінської, науково-освітньої та інформаційної підсистем; основною метою функціонування якої є гарантування безпеки туризму в регіоні» [51, с. 96]. Структура регіональної туристичної системи зображена на рис. 3.10.

Варто зауважити, що інноваційний розвиток у такій системі є позаструктурним, оскільки охоплює усі її елементи. Однак можна виокремити основні «точки генерації» інновацій, якими є організаційна, науково-освітня та інфраструктурна підсистеми.

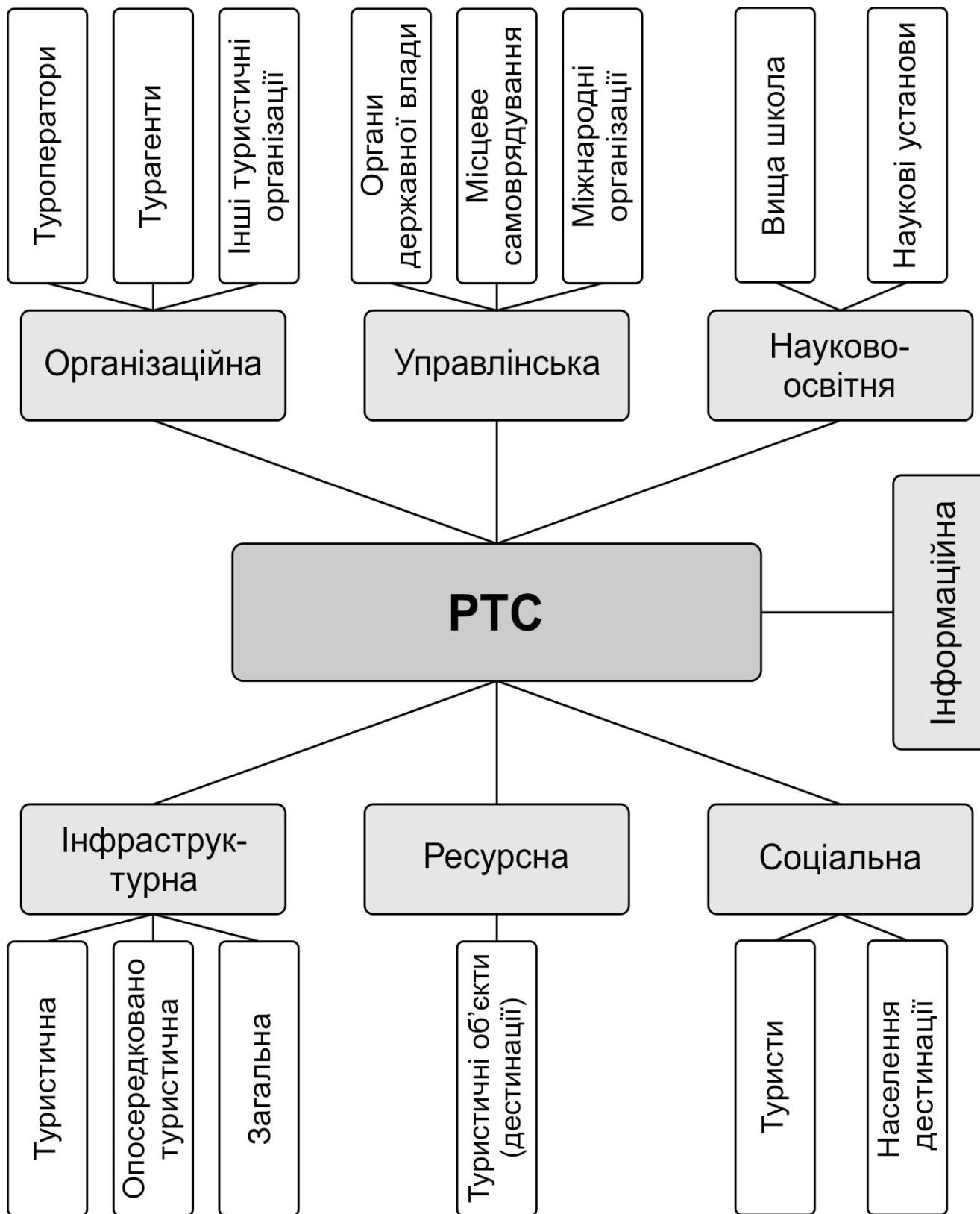


Рис. 3.10. Підсистеми регіональної туристичної системи та їх внутрішня структура. Джерело: [51]

Для сфери обслуговування загалом нині характерним є скорочення тривалості життєвого циклу продуктів, ускладнення технологій, посилення загальних вимог до якості, зростання рівня персоналізації продукту, підвищення глибини проникнення в ланцюжок створення цінності для клієнта тощо. У цих умовах проявляється потреба скорочення ланцюга «розроблення продукту – впровадження технологій – освоєння виробництва нового продукту – навчання персоналу». Творці результатів інноваційної діяльності зацікавлені в максимальному скороченні термінів комерціалізації. Якщо передбачається, що результати інноваційної діяльності будуть передаватися в матеріалізованому вигляді, то може використовуватися така послідовність трансферу її результатів:

- 1) продаж туристичного продукту, в якому використані нові ідеї, принципи й процеси;
- 2) прямі інвестиції, які відкривають для учасників індустрії туризму нові ринки й створюють новий економічний ефект;
- 3) продаж ліцензій та тиражування інновацій (передача прав користування на запатентовані об'єкти).

На усіх етапах інноваційного розвитку його суб'єкти зазнають впливу сукупності факторів, серед яких інноваційний розвиток регіону (держави), особливості формування інноваційної інфраструктури, стан інноваційної діяльності на підприємствах, ефективність впровадження і використання інноваційних технологій.

Комплекс інноваційних факторів загалом зумовлює формування конкурентоспроможності конкретної регіональної туристичної системи, а отже, її місця у туристичному комплексі держави та на міжнародному туристичному ринку. Інноваційний розвиток формує загалом сприятливе соціально-економічне середовище функціонування туристичних підприємств, а також сприяє

удосконаленню транспортної та іншої інфраструктури [52].

Одним із ключових напрямів інноваційного розвитку регіональних туристичних систем є формування кластерів.

На думку науковців, кластерна модель розвитку туризму в регіоні має базуватися на принципах інтегративності, системності, ресурсорієнтованості, соціалізації, самоорганізації [52]. З огляду на основні положення концепції регіональних туристичних систем, виділяють сім стадій розвитку туристичного кластера.

1. Первинна (наявні лише потенційні туристичні об'єкти та ресурси, туристична діяльність не здійснюється).

2. Інформаційна (внаслідок інформаційного обміну між мешканцями території майбутніх дестинацій та представниками інших територіальних спільнот формується туристична привабливість потенційного кластера, з'являються перші відвідувачі).

3. Організаційна (у процесі зростання зацікавленості щодо відвідування туристичних ресурсів (об'єктів) території починається її організоване туристичне використання – включення до групових маршрутних турів та екскурсійних маршрутів, що реалізуються туристичними підприємствами).

4. Інфраструктурна (поява нових об'єктів інфраструктури, суб'єктів підприємницької діяльності, що спрямовані на задоволення чимраз більшого туристичного попиту, перетворення туристичної території на дестинацію).

5. Інституціоналізація (створення на базі дестинації організацій чи підприємств, що координують її туристичне використання, виконуючи управлінську функцію).

6. Кластеризація (залучення до обслуговування дестинацій підприємств та організацій інших видів економічної діяльності (освіта і наука, промислове та аграрне виробництво та ін.), розробка координувальними організаціями стратегічної документації узгодженої на регіональному та загальнодержавному

рівні).

7. Мережеве утворення (налагодження зв'язків з іншими туристичними кластерами у межах регіональної туристичної системи та поза нею, в т. ч. у формі транскордонного співробітництва) [51].

Варто також наголосити на синергетичному характері інноваційного розвитку туризму на регіональному рівні. Справді, як зазначає В. Чернікова, специфіка інноваційної діяльності в туризмі полягає в тому, що розробка окремих видів інновацій потребує спільних зусиль підприємств регіону та певної підтримки з боку місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування. Зокрема, організація нової масштабної події, що забезпечує приплив туристів у місце її проведення, потребує злагодженої роботи всіх зацікавлених учасників – як туристичних підприємств, так і владних структур. [244].

Слід додати, що зацікавленим в ефективності інноваційного розвитку в широкому сенсі є і населення регіону, яке тим чи іншим чином залучене до туристичної діяльності. Водночас активний розвиток туристичної сфери призводить і до загострення соціальних проблем регіонів та дестинацій, що є важливими з огляду на проблеми гарантування безпеки туризму [54]. Отже, зважаючи на актуалізацію власне соціальних загроз розвитку туризму на регіональному рівні, зокрема в Україні, їх мінімізація також має бути одним із пріоритетних завдань інноваційного розвитку регіональних туристичних систем.

Серед об'єктів інноваційного розвитку туризму в регіоні можна виділити: види туризму; форми організації турів; транспортні засоби та шляхи; засоби розміщення; концепції та технології ресторанного обслуговування; управління якістю послуг; менеджмент туристичних підприємств; публічне управління у сфері туризму; маркетинг туристичних послуг; туристичний брендинг регіону; туристична кластеризація (рис. 3.11).

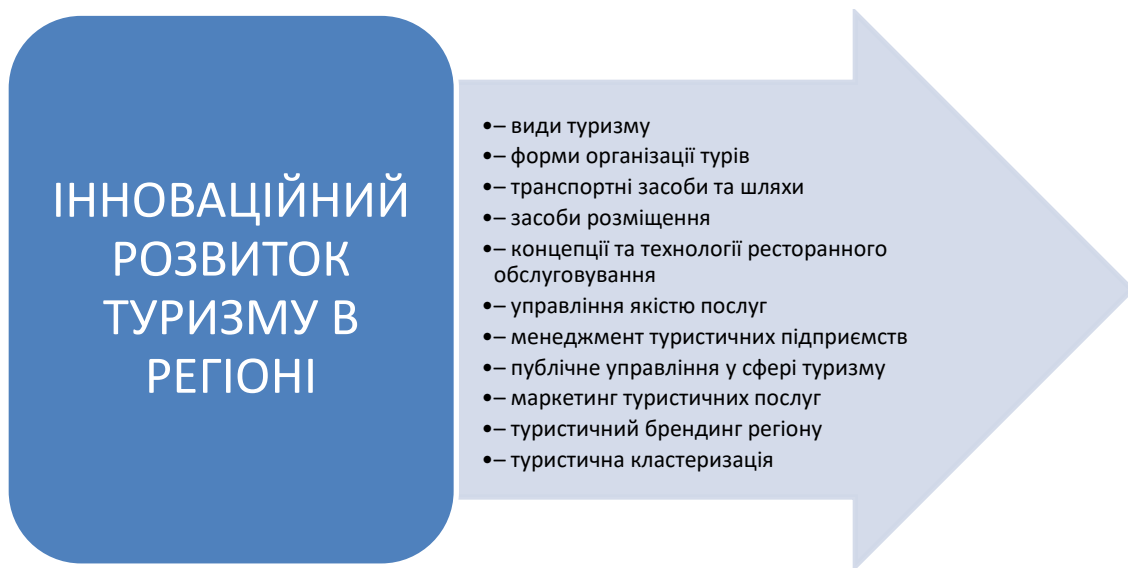


Рис. 3.11. Об'єкти інноваційного розвитку туризму в регіоні. Розроблено авторами

Види туризму є найбільш загальним об'єктом інноваційної діяльності, оскільки охоплюють сукупність напрямів та видів діяльності туристичних підприємств та інших зацікавлених сторін щодо організації дозвілля туристів за певними тематичними напрямками. Серед поширених видів туризму також можна виокремити ті, які мають особливе значення в контексті інноваційного розвитку. Зокрема, це ті види туризму, які або вимагають спеціальних умов для реалізації турів, або за своєю сутністю є новими і вимагають нестандартних організаційно-економічних механізмів для їх впровадження у практику туристичної діяльності.

Форми організації турів постійно удосконалюються і спрямовані на максимальне задоволення потреб споживачів. Сучасні тенденції та загрози розвитку туристичної індустрії, що пов'язані з обмеженням вільного пересування осіб під час пандемії COVID-19 замовили активне поширення таких нетрадиційних форм організації турів як Інтернет-туризм та віртуальні екскурсії тощо.

Транспортні засоби та шляхи мають пріоритетне значення у туристичній діяльності, оскільки вона неодмінно передбачає переміщення у просторі. Власне

транспортні переміщення в контексті підвищення їх безпеки, якості, швидкості є одним із важливих об'єктів інноваційного розвитку.

Засоби розміщення, що формують структуру туристичних дестинацій, є базовим елементом організації тимчасового перебування туристів. Маючи різний рівень організаційної складності та категоризації, такі заклади можуть бути активними точками генерації інновацій на локальному рівні. Варто зауважити, що заклади розміщення готельного типу, особливо найвищих категорій, за замовчуванням передбачають розробку інноваційних концепцій та продуктів для успішної конкурентної боротьби.

Базові потреби туристів у дестинації забезпечують заклади ресторанного господарства, які можуть функціонувати як у структурі закладів розміщення, так і окремо. Концепції та технології ресторанного обслуговування є ще одним важливим об'єктом інноваційного розвитку туризму, адже у цій сфері успішно поєднуються інновації як сфери обслуговування, так і харчового виробництва, які традиційно є досить динамічними та високорентабельними.

Управління якістю послуг як об'єкт інноваційного розвитку туризму в регіоні формує важливий напрям стратегічного регулювання туристичної сфери в контексті дотримання міжнародних норм і стандартів. Власне невідповідність туристичного обслуговування у багатьох закладах цієї сфери в Україні чинним стандартам виробництва та обслуговування становить одну із важливих проблем регулювання цього виду діяльності на регіональному рівні.

Як ми вже зазначали, провідну роль у генерації та впровадженні інновацій на туристичних підприємствах відіграє їх менеджмент. На відміну від великих компаній у промисловому виробництві, в туризмі небагато суб'єктів економічної діяльності мають у своїй структурі окремі відділи, що займаються стратегічним плануванням, зокрема інноваційного розвитку. Отже, роль кадрового потенціалу туристичної сфери у генерації інновацій на сучасному етапі є досить важливою.

Водночас координація зусиль суб'єктів туристичного ринку залежить від

успішності процесів публічного управління у цій сфері. Об'єднання інтересів державного, регіонального та локального рівнів у процесі інноваційного розвитку туризму дає змогу більш ефективно вирішувати актуальні завдання розвитку туристичного бізнесу та забезпечення якості послуг, що надаються.

Маркетинг туристичних послуг як об'єкт інноваційного розвитку туризму може бути структурований за двома основними рівнями. По-перше, це рівень суб'єктів туристичної діяльності, які ведуть свою маркетингову політику на ринку, а по-друге, це рівень регіону та окремих дестинацій, де маркетингова політика формується органами місцевого самоврядування, регіональними органами влади, а також громадськими об'єднаннями, які мають на меті створення й удосконалення територіальних туристичних брендів.

Найбільш прогресивним об'єктом інноваційного розвитку туризму в регіоні є туристичні кластери. Туристична кластеризація, отже, може трактуватися як неперервний процес пов'язаний із розробкою інновацій. Власне туристичні кластери, на нашу думку, у перспективі можуть стати основними генераторами та споживачами інновацій у туристичній сфері на регіональному рівні.

Отже, інновації є важливим фактором і результатом сучасної туристичної діяльності. Інноваційний розвиток як пріоритетний напрям підвищення конкурентоздатності туристичних підприємств, дестинацій, регіонів та держав має складну структуру та системний характер. Основними напрямками інноваційного розвитку регіональних туристичних систем є формування інноваційної інфраструктури (зокрема, у вигляді туристичних кластерів), активізація інноваційної діяльності на підприємствах, підвищення ефективності впровадження і використання інноваційних технологій, ширше залучення управлінської та науково-освітньої підсистем до процесів генерування та підтримки інновацій.

3.4. Засади стратегічного управління інноваційною діяльністю у сфері туризму

Парадигма інноваційного розвитку туризму повинна базуватися не лише на локальних та регіональних механізмах, а також на загальних принципах. Важливе значення мають і генеральні напрями інноваційного розвитку (інституційний, регіональний та локальний), які не є загалом взаємосуперечливими, однак презентують відмінні принципи розуміння суб'єктів, об'єктів та особливостей інноваційного розвитку туризму.

На національному рівні *інституційний* напрям інноваційного розвитку туризму передбачає провідну роль інституцій як державних (наприклад, центральні органи виконавчої влади), так і регіональних (наприклад, регіональні органи влади та органи місцевого самоврядування відповідного рівня) і локальних (органи місцевого самоврядування територіальних громад). Інституціями, які залучені до інноваційного розвитку туризму, є також громадські організації, заклади освіти, науки, культури та інших сфер, що прямо чи опосередковано залучені до реалізації інноваційних процесів у туристичній діяльності регіону.

Інституційний генеральний напрям інноваційного розвитку передбачає залучення до процесів регулювання інноваційної діяльності як вертикальних, так і горизонтальних зв'язків за умов ґрунтовного аналізу та повноцінного врахування впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища інноваційного розвитку туризму в регіоні. Цей напрям інноваційного розвитку може мати дві головні засади. По-перше, він може базуватися на традиційному підході представленому концепціями державного регулювання туристичної діяльності, який, попри втрату актуальності, усе ж використовується і досі у національній економіці та має певні позитивні результати, з огляду на специфіку сучасного етапу соціально-економічного розвитку держави, що характеризується значним рівнем нестабільності. По-друге, новим і перспективним для України є

інноваційний розвиток туризму на засадах децентралізації. У цьому випадку ключовими суб'єктами регіонального розвитку туризму стають територіальні громади, у межах яких розташовані популярні туристичні дестинації, а також перспективні туристичні об'єкти й ресурси. На наш погляд, у межах інституційного напрямку інноваційного розвитку туризму в сучасних умовах розвитку національної економіки доцільно поєднувати зазначені принципи з метою досягнення максимальної ефективності перебігу інноваційних процесів.

Слабким місцем інституційного напрямку розвитку туризму в регіонах України є низький рівень залученості закладів освіти та науки до інноваційних процесів у туристичній сфері. Наразі поширеною є ситуація, коли суб'єкти туристичної діяльності стають генераторами інновацій, які застосовуються у наукових дослідженнях та у навчальному процесі закладів туристичної освіти, а не навпаки. Класичним варіантом залучення туристичної освіти й науки до інноваційних процесів мала б бути генерація інновацій саме у рамках наукових досліджень та подальша їх апробація у навчальному процесі та на виробництві. Наявний розрив між навчально-науковими та практичними аспектами розвитку туризму в регіоні є одним із гальмівних чинників інноваційного розвитку.

Залучення громадських організацій до інноваційного розвитку туризму є неоднаковим у різних регіонах. Найкращим прикладом цього напрямку діяльності інституцій у сфері туризму є формування туристичних кластерів, які інституціоналізуються як громадські об'єднання (спілки).

Інституційний напрям інноваційного розвитку туризму неодмінно має враховувати й виклики міжнародного туристичного ринку. Варто зауважити, що слід аналізувати не лише вплив міжнародних інституцій, таких як органи державної та регіональної влади іноземних держав, міжнародні організації, а й власне дещо недооцінені у національній туристичній індустрії заклади освіти й науки та громадські організації іноземних держав, які на міжнародному ринку є досить активними суб'єктами генерації інновацій. Безумовно, найбільш

зацікавленими в ефективності інноваційного розвитку туризму є суб'єкти туристичної діяльності. З огляду на це у межах інституційного напрямку інноваційного розвитку важливим аспектом є налагодження взаємодії між інституціями різних рівнів та туристичними підприємствами, особливо ефективною така взаємодія може бути на регіональному та локальному рівнях.

Заслуговує на увагу той факт, що у розв'язанні проблем інноваційного шляху економічного розвитку зацікавлені підприємницькі структури, оскільки інновації забезпечують зниження собівартості продукції й послуг, зростання рентабельності виробництва і конкурентоспроможності продукції. У цьому зацікавлена і держава, оскільки внаслідок вказаних чинників зростає його економічна потужність, збільшуються вступи до бюджету, з'являються великі можливості для забезпечення зростання добробуту населення [40].

Власне *регіональний* напрям інноваційного розвитку туризму, на наш погляд, потребує особливої уваги. Варто зазначити, що пріоритетність регіонального рівня розвитку туристичної сфери зумовлена значною регіональною різноманітністю України як держави та є її специфічною рисою, на відміну від багатьох інших держав, де активно розвивається туризм, однак більш компактних за площею території й однорідних за складом населення. В реаліях України зміст регіонального напрямку інноваційного розвитку полягає у пріоритетності рішень, що ухвалюються саме регіональними інституціями на основі аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів саме з точки зору окремого регіону.

Таке розуміння засад інноваційного розвитку туризму ґрунтується на тому, що саме туристичні ресурси та об'єкти регіону зумовлюють його туристичну спеціалізацію, а отже, джерелом активізації туристичних потоків є регіон як певна соціально-економічна, історико-культурна та політична цілісність. Водночас варто зауважити, що туристична регіоналізація України, як показують результати низки досліджень, не завжди сходиться з адміністративно-

територіальним устроєм держави. Однак з позиції конструктивістського підходу недоцільно виокремлювати як об'єкт інноваційного розвитку територіальні формування, що не мають інституційної основи. Зокрема, поширена практика наукового аналізу, а також стратегічного планування у межах Карпатського регіону не має під собою інституційного підґрунтя, яке давало б можливість розробляти та ефективно реалізувати заходи щодо активізації інноваційного розвитку туризму на відповідній території.

З огляду на це, регіональний напрям інноваційного розвитку туризму в Україні доцільно усе ж таки розглядати з позицій наявного адміністративно-територіального устрою, виокремлюючи обласні регіони та місто Київ. Слід зауважити, що, зважаючи на відносно невелику історію існування окремих регіонів, а також загалом період сучасного етапу незалежності України, не всюди сформувалися цілісні підходи до використання туристичних ресурсів та об'єктів із позицій доцільності та ефективності. Далеко не у всіх регіонах на рівні регіональних інституцій сформоване єдине розуміння цілей та напрямів інноваційного розвитку туризму, яке часто зводиться до зростання ефективності внутрішніх та міжнародних туристичних потоків, попри можливі деструктивні ефекти.

Найбільш ефективно використовувати місцеві туристичні ресурси й об'єкти, а також розвивати сучасні дестинації можливо у межах *локального* напрямку інноваційного розвитку туризму.

Ключовим питанням, яке постає у процесі наукового аналізу інноваційних аспектів соціалізації туризму, є пріоритетність його розвитку у межах територіальних громад. Окремі автори зазначають про інноваційність туризму загалом як виду економічної діяльності, однак, досліджуючи історичні аспекти функціонування дестинацій, можна відзначити досить тривалий період їх розвитку від зародження і до формування розвинених просторових економічних утворень.

Отже, у сучасних умовах функціонування економіки регіону та територіальної громади, туризм не є інноваційним видом діяльності за своїм змістом. Однак, враховуючи динамічність та соціальну важливість туризму, у його розвитку роль інновацій є провідною, адже фактично кожен новий турпродукт може мати інноваційну складову пов'язану із не лише новими способами організації подорожей, але й із їх просторовою специфікою, що пов'язано із поєднанням у складі туристичних маршрутів різних нових та часто унікальних туристичних об'єктів та ресурсів.

В окремих випадках територіальна громада загалом може аналізуватися як туристична дестинація. Тоді досягається максимальний синергетичний ефект розвитку туристичної діяльності на певній території, адже органи місцевого самоврядування максимально залучаються до регулювання розвитку туризму та мають значне зацікавлення й в інформаційних напрямках формування туристичної спеціалізації відповідної території.

Безумовно, першочерговим аспектом інноваційного розвитку туризму в територіальних громадах є наявність туристичного потенціалу, сформованого передусім природними та історико-культурними туристичними ресурсами та об'єктами території. Такий потенціал формується первинно і незалежно від подальшого розвитку території, однак його ефективне використання можливе лише за умови координації зусиль місцевих інституцій та їх узгодження із зовнішнім середовищем у вигляді регіональних та загальнодержавних стейкхолдерів та суб'єктів міжнародного туристичного ринку. З точки зору інноваційного розвитку важливим є поєднання таких функцій органів місцевого самоврядування як ініціативна, координаційна, контрольна та результативна.

Ініціативна функція полягає у формуванні концепції розвитку туризму на певній території, яка не обов'язково має бути імplementована у вигляді окремих документів, а може існувати у вигляді спільного бачення розвитку туризму на території громади погодженого з усіма її членами. Координаційна функція

посилює переваги ініціативної, адже залучає до формування інноваційних напрямів розвитку туризму на території інших стейкхолдерів – як внутрішніх, так і зовнішніх. Знову ж таки, успіх такої координації можливою є лише за умов наявності єдиної концепції, яка також дає змогу створити механізм контролю за функціонуванням сформованих взаємозв'язків та процесів, що відбуваються у туристичній сфері громади-дестинації. Результативна функція полягає в ухваленні рішень, що спрямовані на активізацію інноваційного розвитку туризму у дестинації, шляхом оптимального використання її туристичного потенціалу, а також можливостей місцевої громади.

Отже, для формування ефективної регіональної політики у сфері туризму необхідним є створення умов для повноцінної реалізації найважливіших функцій цього виду економічної діяльності. У цьому контексті варто наголосити, на соціокультурному значенні туризму. Водночас у стимулюванні туристичної діяльності в регіоні також відіграють важливу роль і виробничі фактори, для регулювання впливу яких ключове значення має діяльність місцевих органів влади та самоврядування, а також громадських об'єднань та інноваційних структур.

Стимулювання розвитку регіональної економіки у сфері туризму в першу чергу пов'язане з можливостями, які дає такий процес як програмування. Програми розвитку туризму в регіоні мають узгоджуватися з іншими програмними документами та стратегіями, а також формуватися на засадах збалансованого просторового розвитку.

Парадигма інноваційного розвитку туризму (рис. 3.12) повинна базуватися не лише на локальних та регіональних механізмах, а також на загальних принципах. Важливе значення мають і генеральні напрями інноваційного розвитку (інституційний, регіональний та локальний), які не є загалом взаємосуперечливими, однак презентують відмінні принципи розуміння суб'єктів, об'єктів та особливостей інноваційного розвитку туризму.



Рис. 3.12. Концептуальна модель парадигми інноваційного розвитку туризму (IPT) в регіоні.

Джерело: розроблено авторами

Варто зауважити, що парадигма інноваційного розвитку туризму на регіональному рівні неодмінно має враховувати два ключові аспекти – глобалізаційний та стратегічний. Глобалізаційний аспект полягає у важливій ролі глобалізаційних процесів в сучасному просторовому розвитку, зокрема на регіональному рівні, що особливо характерно для туристичної сфери, яка є одним із провідних напрямів міжнародної співпраці. Стратегічний аспект базується на необхідності формування цілісної і обґрунтованої регіональної політики у сфері

туризму, що має бути імплементована шляхом розробки і реалізації відповідних стратегічних планів і програм.

У межах останнього аспекту, на нашу думку, доцільною є розробка інноваційної стратегії на засадах парадигми інноваційного розвитку туризму в регіоні (табл. 3.5), що має містити такі основні напрями як інституційний, організаційний, соціальний, просторовий.

Таблиця 3.5

Структура інноваційної стратегії розвитку сфери туризму в регіоні

Напрями	Цілі	Пріоритети	Очікувані результати
Інституційний	Узгодження інтересів стейкхолдерів	- формування єдиної інноваційно-орієнтованої регіональної політики у сфері туризму; - залучення інвестицій (у т. ч. іноземних);	- зростання капіталовкладень у підприємства туризму та гостинності регіону;
	Формування інноваційних структур	- координація зусиль на локальному, регіональному, національному та глобальному рівнях з метою створення та підтримки розвитку просторових інноваційних систем;	- формування мережі туристичних кластерів;
Організаційний	Підвищення інноваційної активності туристичних підприємств	- підвищення витрат на інноваційну діяльність суб'єктами туристичної діяльності регіону; - диференціація видів та суб'єктів інноваційної діяльності;	- зростання кількості та підвищення фінансових результатів інноваційних проектів;
	Туристичний брендинг та ребрендинг	- повноцінне відображення туристичного потенціалу регіону та окремих дестинацій у брендах цих територій;	- формування конкурентоспроможного туристичного бренду регіону (дестинацій) для національного та міжнародного ринків;
Соціальний	Оптимізація туристичних потоків	- збалансування потоків в'їзного і виїзного, внутрішнього і міжнародного туризму; - формування політики у	- підвищення доходів місцевих бюджетів від туристичної діяльності; - формування сприятливого для

		соціокультурній сфері на засадах сталого розвитку туризму;	в'їзного туризму соціального середовища у регіоні загалом і в окремих дестинаціях;
	Безпека туризму	- гарантування безпеки туристів, туристичних підприємств та дестинацій регіону;	- формування системи гарантування безпеки туризму в регіоні на основі широкого використання інновацій у цій сфері;
	Розвиток туристичної освіти і науки	- підвищення якості підготовки фахівців для сфери туризму; - посилення співпраці туристичного бізнесу та закладів у світі для підвищення конкурентоспроможності фахівців; - налагодження співпраці між туристичними підприємствами і закладами освіти та науки у процесі здійснення спеціалізованих наукових досліджень;	- формування цілісної та збалансованої системи співпраці туристичного бізнесу із закладами освіти і науки; - впровадження дуальної освіти у сфері туризму регіону;
Просторовий	Впровадження інновацій в просторовий розвиток дестинацій	- оптимізація просторової структури туристичної діяльності в регіоні, вирівнювання просторового розвитку туризму; - використання геоінформаційних технологій для моніторингу розвитку туризму в регіоні та управління ним;	- формування мережі сучасних дестинацій, об'єднаних популярними туристичними маршрутами;
	<i>Продовження таблиці 3.5</i>		
	Використання туристичного потенціалу регіону на засадах сталого розвитку	- розширення мережі туристичних маршрутів за рахунок маловідомих і віддалених об'єктів; - вирішення проблем екологічної безпеки туризму та мінімізація негативного впливу туризму на екосистеми і місцеві спільноти.	- підвищення доходів від розвитку туризму в регіоні; - формування і реалізація стратегії використання та збереження туристичного потенціалу регіону.

Розроблено авторами

Отже, пріоритети інноваційної стратегії розвитку туризму в регіоні охоплюють усі аспекти та об'єкти інноваційної діяльності у сфері туризму, серед яких:

- формування єдиної інноваційно орієнтованої регіональної політики у сфері туризму;

- залучення інвестицій (у т. ч. іноземних);

- координація зусиль на локальному, регіональному, національному та глобальному рівнях з метою створення та підтримки розвитку просторових інноваційних систем;

- підвищення витрат на інноваційну діяльність суб'єктами туристичної діяльності регіону;

- диференціація видів та суб'єктів інноваційної діяльності;

- повноцінне відбиття туристичного потенціалу регіону та окремих дестинацій у брендах цих територій;

- збалансування потоків в'їзного і виїзного, внутрішнього і міжнародного туризму;

- формування політики у соціокультурній сфері на засадах сталого розвитку туризму;

- гарантування безпеки туристів, туристичних підприємств та дестинацій регіону;

- підвищення якості підготовки фахівців для сфери туризму;

- посилення співпраці туристичного бізнесу та закладів у світі для підвищення конкурентоспроможності фахівців;

- налагодження співпраці між туристичними підприємствами й закладами освіти та науки у процесі здійснення спеціалізованих наукових досліджень;

- оптимізація просторової структури туристичної діяльності в регіоні, вирівнювання просторового розвитку туризму;

- використання геоінформаційних технологій для моніторингу розвитку туризму в регіоні й управління ним;
- розширення мережі туристичних маршрутів шляхом маловідомих і віддалених об'єктів;
- розв'язання проблем екологічної безпеки туризму та мінімізація негативного впливу туризму на екосистеми й місцеві спільноти.

На нашу думку, питання стимулювання розвитку регіональної економіки у сфері туризму в першу чергу пов'язане з можливостями, які дає такий процес як програмування. Програмування розвитку – одна з форм прогнозування та створення майбутніх явищ; проміжний етап між прогнозуванням та плануванням. Таким чином, програмування – це пасивний спосіб прогнозування майбутнього, що полягає у встановленні гіпотетичної картини наступних явищ та процесів.

Програмування, з іншого боку, передбачає розробку комплексу пов'язаних завдань, цілей та заходів реалізації, використовуючи конкретний критерій відбору. Основна особливість програмування – багатоваріантність. На наступному етапі (планування) передбачувані результати конкретизуються і вибирається певний варіант, який з часом перетворюється на план. Основними ознаками, які відрізняють планування від програмування, є скорочення часу, ефективність, директивність та адресність. Однак найважливішою відмінною особливістю є те, що при плануванні замість багатьох варіантів ми маємо справу з одним сценарієм реалізації. Тому розвиток програмування – це форма проєкції майбутнього, яка спрямована на узгодження цілей розвитку; визначення доцільності їх здійснення; встановлення варіантів виконання сценаріїв; оцінку доцільності окремих варіантів; узгодження наслідків реалізації окремих варіантів.

З огляду на територіальний аспект, програмування розвитку може бути всеосяжним або стосуватися окремих питань.

Відповідно до розробленої методики програмування економічного

розвитку в локальних та регіональних системах, програма розвитку туризму в регіоні складається з декількох етапів.

1. *Діагностика*, яка визначає поточний стан розвитку та оцінку причинно-наслідкових зв'язків, ключових факторів та критичних проблем для певної території. Діагностика з точки зору туризму повинна включати: всебічний опис ресурсів, економічної ситуації, демографічних, просторових факторів. Дуже важливою є також маркетингова оцінка.

2. *Якісний аналіз* стратегії стосується аналізу ринкового середовища та неринкового мікрорегіону. Він включає SWOT-аналіз, який враховує слабкі та сильні сторони, а також можливості та загрози, а також аналіз синергії можливостей розвитку регіону та його зовнішнього середовища (TOWS). В TOWS-аналізі система взаємодії між громадою та зовнішнім середовищем оцінюється з точки зору можливостей розвитку регіону.

3. *Перспективні дослідження* прогнозують соціально-економічні явища. Існує чотири типи прогнозування:

– спрямоване на екстраполяцію тенденцій та пошук раціонального розвитку подій із набору альтернативних можливостей; основним методологічним інструментом є аналіз часових рядів;

– евристичне, яке є значною мірою суб'єктивним, оскільки поєднує інструменти інтуїції, експертизи та припущень; найпоширенішими прийомами є: техніка оперативної творчості, методи групового обговорення, мозковий штурм та метод Дельфі; загальною рисою, що поєднує цей вид прогнозування, є поєднання знань та досвіду професіоналів;

– інтегроване, яке є особливо складним, з огляду на сукупність методів, що застосовуються; найважливіша його мета – встановити та порівняти характеристики різних прогнозів для підтвердження та перевірки висновків попередніх методик із використанням моделей вхідного та вихідного аналізу.

Варто зауважити, що важливим об'єктом прогнозування є інноваційна

діяльність, яка може трактуватися як сукупність взаємозалежних науково-виробничих процесів, що призводять до появи, формування і використання системи нововведень у цілях проведення радикального оновлення виробничої системи території, що відбивається на життєдіяльності людини. Таким чином, прогнозування інноваційної діяльності не слід відносити виключно до прогнозування тільки науково-технічних змін виробничої системи та суб'єктів господарювання, а також до прогнозування лише технічного і технологічного розвитку регіону [196].

4. *Стратегічне дерево цілей.* На цьому етапі формулюються конкретні цілі, наприклад: розширення рекреаційної бази, модернізація мережі закладів розміщення, залучення зовнішнього капіталу.

5. *Програма стратегічного розвитку* є ключовим, але не завершальним етапом програмування розвитку туризму. Правильно розроблена програма стратегічного розвитку повинна включати:

- прогнозні цілі розвитку території, а також методи та засоби їх досягнення;
- нормативно-правову базу, у тому числі чинну стратегічну документацію загальнодержавного та регіонального рівня;
- форми співпраці з регіональними та державними органами влади, а також бізнес-середовищем;
- можливості залучення органів місцевого самоврядування та громадських інституцій;
- основу для формування бренду території [281].

Ефективна програма розвитку туризму в регіоні має виконувати кілька основних функцій (табл. 3.6).

Функції програми розвитку туризму в регіоні

Функція	Характеристика
Регулююча	Визначальний фактор ухвалених рішень, що забезпечують реалізацію визначених завдань; є інструментом прямого впливу на суб'єктів, відповідальних за її виконання; може бути реалізована лише в тому випадку, якщо програма була ухвалена як обов'язковий документ або якщо існують адекватні відносини між суб'єктами, які ухвалюють рішення, та суб'єктами, що забезпечують їх реалізацію
Контролююча	Основа для оцінки ефективності органів, відповідальних за реалізацію політики; безпосередньо пов'язана з регуляторною функцією
Координаційна	Програма є документом, що стосується різних суб'єктів локального та регіонального розвитку, які мають координувати свою діяльність, щоб вона відповідала стратегічним цілям; в туризмі ця функція є особливо важливою
Інформаційна	Збір інформації про напрями розвитку туризму в регіоні та рішення органів влади
Стимулююча	Вимагає від владних структур шукати найкращі рішення для вирішення проблем розвитку туристичної сфери регіону
Рекламна	Програма виокремлює ті цілі регіонального розвитку туризму, які є привабливими для представників різних бізнес-середовищ та туристичного ринку загалом; програма також повинна показувати переваги, які суб'єкт господарювання може очікувати від участі в її реалізації; важливо, щоб програма показала, що її цілі можна досягти завдяки зовнішнім джерелам фінансування (інвесторам та донорам).

Розроблено авторами

Реалізація зазначених функцій має бути спрямована на забезпечення досягнення основних цілей регіональної політики у сфері туризму:

- збільшення доходів регіону, місцевого бізнесу та жителів;
- підвищення туристичної конкурентоздатності регіону;
- створення нових робочих місць;
- економічне зростання регіону з урахуванням принципів сталого розвитку.

Варто зазначити, що, окрім цілей, важливим аспектом формування регіональної політики є її просторовий вимір, який зумовлений не лише ресурсним чинником, а й суттєвою залежністю туризму від наявної інфраструктури, зокрема транспортної. З огляду на це, планування розбудови та

покращення транспортної мережі є суттєвим регулятором розвитку туристичної діяльності на регіональному рівні.

Варто наголосити на складній внутрішній структурі регіональної туристичної системи, до складу якої входять як функціональні компоненти, так і просторові утворення. У функціональному аспекті в регіональній туристичній системі виділяють інституційну, інфраструктурну та ресурсну компоненти, які можна поділити також на окремі підсистеми, які є тісно пов'язаними та взаємодіють на основі процесів здійснення туристичної діяльності на території регіону.

Більш розгалуженою є просторова структура регіональних туристичних систем, яка містить два основні рівні.

По-перше, це адміністративні райони та інші територіальні одиниці, що можуть трактуватися як просторові підсистеми регіональної туристичної системи, адже володіють тими ж рисами й можуть містити ті ж її компоненти, однак на більш обмеженій територіальній основі.

Іншим виміром територіальної диференціації регіональних туристичних систем є виокремлення у їх межах дестинацій, які можуть бути як точковими, так і ареальними та лінійними. У будь-якому разі дестинації слід також аналізувати із системної точки зору, адже у найбільш розвиненому стані вони містять і як управлінську та інституційну, так і інфраструктурну складові.

На наш погляд, просторова структура регіональних туристичних систем не може трактуватися як вертикальна, адже відносини управлінського характеру поширюються не лише на рівні владної вертикалі, а головним чином на рівні територіальних громад та окремих інституцій і їх основою є туристичний потенціал регіону та сформовані на його основі дестинації. Отже, система адміністративно-територіального устрою регіону є тут проміжною ланкою, яка у моделях управління інноваційним розвитком туризму в регіоні не має вирішального значення.

Отже, методологічними засадами формування регіональної політики регулювання інноваційного розвитку туристичної сфери мають бути пріоритетність горизонтальних зв'язків перед вертикальними в контексті управління інноваційною діяльністю об'єктів та суб'єктів інноваційного розвитку з акцентом на локальний рівень (дестинації та туристичні підприємства); збалансованість, яка виражена в оптимізації використання туристичних ресурсів та у раціональному оцінюванні перспективного місця і ролі туристичної діяльності в структурі економіки регіону.

З метою формування ефективних програм розвитку туризму в регіоні, що базуються на пріоритетності інноваційної діяльності в цій сфері, важливою є оцінка туристичного потенціалу регіону та його готовності до переходу на інноваційні моделі функціонування, які, у випадку включення до програмної документації, мають відповідати реальним можливостям бізнес-середовища, споживчого ринку та інституційної системи регіону.

РОЗДІЛ 4

ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

4.1. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності у сфері туризму регіону

Стійкість економічних систем різних рівнів напряму залежить від їх внутрішньої різноманітності. У випадку туристичної діяльності на регіональному рівні така різноманітність може виявлятися як у галузевому, так і у просторовому вимірах. По-перше, конкурентоспроможність регіональної туристичної системи визначається кількістю видів туризму, які можуть бути організованими на базі її рекреаційно-туристичного потенціалу. По-друге, туристична діяльність має охоплювати якомога більшу частину території регіону, у тому числі віддалену від основних туристичних центрів. Цим двом критеріям забезпечення стійкості регіональної туристичної системи передусім відповідає сільський туризм, який в сучасних умовах особливо потребує розробки й впровадження й інновацій.

Варто зауважити, що сільський туризм не є новим і високотехнологічним напрямом розвитку індустрії гостинності, однак дає можливості для формування диференційованих туристичних продуктів на основі впровадження насамперед туropolерацийних інновацій.

З огляду на багатоманітність сільського туризму, його тісний взаємозв'язок із системою розселення та інфраструктурою регіону, а також загальною системністю об'єктів інноваційного розвитку на регіональному рівні, його доцільно аналізувати в межах концепції регіональних туристичних систем, основні положення якої були нами розглянуті раніше.

У цьому контексті варто наголосити на складності у визначенні цього виду туристичної діяльності, який насправді є дуже багатограним та міжсекторним. Зокрема, перешкодою на шляху поширення ідеї сільського туризму такого

туризму в сільській місцевості є нерозуміння його принципової відмінності від комерційної туристичної діяльності в законодавчих, урядових та освітянських колах. Сільський зелений туризм часто помилково розглядається як сфера туризму у вузькому розумінні, тобто ототожнюється з високоприбутковим бізнесом на урбанізованих територіях з усіма наслідками, що звідси витікають. Натомість для сільських територій як в Європі, так й в Україні це не так прибутково-комерційна діяльність, як соціально-економічне явище, що дає шанс відродити економіку села, зберегти його традиційні цінності та сільські громади [224].

Унікальним є значення сільського туризму для збереження культурної спадщини дестинацій, а також для соціокультурного розвитку місцевих громад. У рамках впровадження концепції сталого розвитку у регіональну політику варто враховувати й інноваційні пріоритети, що на рівні сільських територій мають локальне значення, однак можуть шляхом сукупного впливу інноваційних факторів формувати сприятливе бізнес-середовище для ведення підприємницької діяльності у сфері туризму.

Специфіка сільського туризму в контексті інноваційного розвитку регіональних туристичних систем полягає насамперед в унікальності його туристичних продуктів, особливими рисами яких є елементи сталого розвитку у використанні природних та соціальних ресурсів, наявність альтернативних форм надання послуг, тісний зв'язок із сільською територією, невеликий масштаб та просторова локалізація діяльності.

Окрім того, сільський туризм ґрунтується головним чином на ресурсах місцевого середовища, орієнтований на індивідуальні форми організації, залученні туристів до традиційних видів діяльності місцевого населення, рекреаційних та культурних заходів, пов'язаних з сільським середовищем.

Залежно від поєднання та переважання тих чи інших специфічних рис, можна виокремити кілька організаційних форм сільського туризму – культурний

(етнічний), екологічний та агротуризм.

Окремі автори також аналізують такі форми сільського туризму як сільський рекреаційний туризм (короткотермінове перебування в колективних або індивідуальних приміщеннях, орієнтований на пасивний відпочинок); спеціалізований сільський туризм (активні види рекреації на природі); сільський екскурсійний туризм (групові та індивідуальні подорожі, спрямовані на ознайомлення з природою, культурою та історією) [224].

Етнічний туризм розглядають як один із різновидів культурного туризму, що пов'язаний з ознайомленням з традиційними культурно-побутовими особливостями життя населення дестинацій. У такому сенсі складовими етнічного туризму можуть бути етнографічний, релігійно-пізнавальний, ностальгійний, агротуризм та ін. Етнічний агротуризм (як підвид сільського туризму) робить акцент не тільки на участі у традиційних видах діяльності сільського населення, але й на пізнанні його етнокультурних особливостей [53].

Інноваційний потенціал розвитку культурного (етнічного) туризму на сільських територіях, на наш погляд, є обмеженим, оскільки дуже залежить від наявності й унікальності культурної спадщини територій. Однак на базі сформованих дестинацій етнічного туризму існує можливість формування конкурентоспроможних кластерів сільського туризму, у тому числі транскордонних.

Водночас інноваційні аспекти особливо чітко виражені саме в організації агротуризму, який до того ж приносить багато переваг сільській місцевості та її мешканцям:

- створення нових робочих місць у сфері обслуговування;
- поліпшення фінансового становища місцевих громад;
- раціональне використання природних ресурсів;
- модернізація сільської інфраструктури;
- підвищення рівня підприємницької активності мешканців села;

- збереження культурної спадщини;
- зниження міграційного відтоку сільського населення;
- територіальний брендинг,
- інтеграція сільського середовища.

Агротуризм також дає змогу повноцінно задовольнити різнопланові потреби споживачів туристичного продукту, зокрема щодо:

- зміни середовища перебування без здійснення віддалених подорожей;
- покращення здоров'я, завдяки активному відпочинку у природному середовищі;
- задоволення пізнавальних потреб у комфортному середовищі;
- використання альтернативних форм проведення дозвілля;
- якісного та екологічно безпечного харчування та ін.

Переваги агротуризму як напряму інноваційного розвитку регіональної туристичної системи можна умовно поділити на дві групи – економічні та соціальні (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Переваги агротуризму в контексті інноваційного розвитку

Економічні	Соціальні
Розвиток аграрних господарств	Стимулювання підприємницької активності
Розвиток територіальних громад	Налагодження міжкультурної взаємодії
Додатковий дохід для суб'єктів господарювання	Задоволення пізнавальних потреб туристів
Розвиток нових ринків збуту	Збереження історико-культурної спадщини сільських територій
Розвиток соціально-економічної інфраструктури села	Збереження і відновлення місцевих ремесел і видів побутової діяльності
Зменшення безробіття	Зниження міграційного відтоку
Розвиток локальної господарської кон'юнктури	Оптимізація вікової структури сільського населення
Збільшення попиту на нові продукти і послуги	Стимулювання підвищення рівня освіти і проведення наукових досліджень

Розроблено авторами

Екотуризм як форма організації сільського туризму базується на концепції

сталого розвитку і трактується як форма сталого туризму, яка активно сприяє охороні природної та культурної спадщини, залучає місцеві громади до планування та розвитку, сприяє їх добробуту та спрямована на індивідуальні (або в малих групах) подорожі.

З визначення екотуризму випливають його найважливіші особливості:

- активне пізнання територій з їх найцікавішими природними та культурними цінностями;

- забезпечення гармонії природних екосистем та культурного різноманіття місцевої громади;

- забезпечення фінансових ресурсів для охорони навколишнього середовища, економічної та соціальної підтримки місцевого населення.

Розвиток екотуризму в сільських регіонах сприяє створенню нових постійних та сезонних робочих місць у таких сферах:

- робота в сфері розміщення, харчування та транспортних послуг;

- екскурсійне обслуговування, організація гірських, велосипедних та кінних походів;

- діяльність, пов'язана з екологічною освітою, організацією культурних та фольклорних заходів;

- виробництво сувенірів, місцевих продовольчих товарів [276].

У контексті інноваційного розвитку територій варто проаналізувати переваги та бар'єри, пов'язані з розвитком екотуризму (табл. 4.2).

У контексті розвитку сільського туризму інноваційний процес ускладнений низьким рівнем легалізації та інституціоналізації цього виду діяльності. Відповідно, про комерціалізацію є сенс говорити лише на прикладі розвинених дестинацій, що спеціалізуються на етнічному, екологічному або агротуризмі.

Водночас слід виокремити і перспективні напрями інноваційного розвитку сільського туризму на регіональному рівні:

- орієнтація на місцеві, екологічно безпечні та альтернативні форми

туристичної діяльності;

– прогресивні форми територіального брендингу з акцентом на положеннях концепції сталого розвитку;

– наявність попиту на технологічні рішення щодо підвищення якості обслуговування туристів;

– хороша база для розвитку та розширення мережі туристичних маршрутів та відповідної інфраструктури;

– великі можливості для застосування інструментів PR та Інтернет-маркетингу тур-продуктів сільської місцевості;

– інвестиційна привабливість відповідних проектів та спрощений доступ до інвестиційних фондів.

Таблиця 4.2

Переваги та бар'єри розвитку екотуризму на сільських територіях

Аспекти	Переваги	Бар'єри
Із точки зору сільського господарства	– додаткове джерело працевлаштування і доходу; – зміна структури і якості продукції через пристосування її до туристів; – зміна моделі і стандарту життя селян; – зростання рівня освіти сільського населення	– недостатність капіталу для розвитку діяльності; – недовіра до нових форм ведення господарської діяльності у селі; – нестача відповідної освіти
Із точки зору розвитку туризму	– безпосередній контакт з природним середовищем; – активний відпочинок; – контакт з традиційною культурою місцевого населення; – якісне і здорове харчування	– низький рівень розвитку господарської інфраструктури в сільських регіонах; – низька соціальна свідомість
Із точки зору економічної системи регіону	– розвиток технічної і соціальної інфраструктури у сільській місцевості; – виникнення нових робочих місця, зменшення безробіття	– недостатня кількість фінансових ресурсів; – низький рівень розвитку господарської інфраструктури

Розроблено авторами

Інноваційний розвиток сільського туризму в регіоні вимагає чіткого

планування, що передбачає привнесення певних соціально-економічних переваг за умови підтримки сталості регіонального розвитку шляхом захисту навколишнього середовища та місцевої культури. Важливою частиною планування є ефективний розвиток інвестиційно-інноваційних проєктів та формування кластерів сільського туризму.

Складна фрагментація продукції сільського туризму вимагає ефективної маркетингової діяльності для впорядкування як попиту, так і пропозиції. Неприбуткові організації шляхом використання маркетингових стратегій здатні впливати на розвиток сільського відпочинку, використовуючи інструменти менеджменту, лідерство та безпосередню підтримку. Організації громадського та приватного сектора потребують впровадження інноваційних маркетингових підходів для розвитку та менеджменту успішної індустрії сільського туризму. Водночас для перетворення сільського туризму у дієвий інноваційний фактор розвитку регіональних туристичних систем критично важливим є розв'язання наявних проблем, серед яких низький рівень легалізації суб'єктів, відсутність вираженої організаційної структури, слабкий розвиток інформаційно-маркетингової діяльності, неналежна підтримка з боку міжнародних та державних інституцій, практична відсутність системи забезпечення якості послуг.

Питання впливу туризму на розвиток сільських територій стали особливо актуальними в умовах, коли світовий туристичний комплекс стикається з пандемією COVID-19. Туризм у сільській місцевості пропонує важливі можливості для розвитку, допомагаючи сільським громадам справлятися з економічними та соціальними наслідками пандемії. Як не дивно, ще до початку пандемії Всесвітня туристична організація визначила саме 2020 рік Роком туризму та розвитку сільських територій. За прогнозами цієї організації падіння обсягів доходів від міжнародного туризму у багатьох країнах може бути компенсованим шляхом розвитку внутрішнього туризму.

Власне розширення участі місцевих громад у збереженні та використанні туристичних ресурсів, підвищенні рівня якості життя місцевого населення, його підприємницької активності можуть бути позитивними наслідками розвитку сільського туризму. У такій ситуації сільський туризм формує додатковий ресурс стійкості DESTINATIONІ І МІСЦЕВИХ ГРОМАД.

Варто зауважити, що на місцевому рівні у сільській місцевості на прикладі України існує досить небагато можливостей для ведення ефективної інноваційної діяльності, однак у випадку формування інтеграційних об'єднань кластерного типу, залучення до інноваційної діяльності у цій сфері інших суб'єктів інноваційного розвитку, існують можливості повноцінного включення сільського туризму до інноваційних процесів. Відповідні пріоритети мають бути включені й до регіональної політики у сфері туризму.

Водночас у структурі сільського туризму також є певні пріоритетні з точки зору інноваційного розвитку елементи, серед яких агротуризм, що в українських реаліях за своїм змістом є достатньо новим та перспективним і дає змогу максимально повно використати можливості місцевих сільських громад для ведення туристичної діяльності.

У контексті подолання наслідків пандемії COVID-19 для туристичного бізнесу залучення сільських громад до ведення туристичної діяльності виглядає особливо перспективним. Вагому роль у цьому контексті відіграє державне регулювання, яке передусім має гарантувати наявність чіткого і несуперечливого нормативно-правового поля організації діяльності у сфері сільського туризму. Пріоритетним напрямом державного регулювання у цій сфері має бути й формування фінансових механізмів та залучення зовнішніх інвестицій до реалізації проєктів, зокрема щодо інноваційного розвитку туризму у сільській місцевості. Варто зауважити що ефект від такої діяльності може бути не лише безпосередній, пов'язаний із підвищенням доходів місцевого населення, бюджетів територіальних громад, а і через збереження та відновлення

традиційних видів діяльності сільських мешканців. Тобто значення сільського туризму у такому контексті є не лише економічним, а й соціально-культурним. Сільський туризм також дає можливості для самозайнятості місцевого населення і не обов'язково через ведення підприємницької діяльності

Однак для успішного розвитку туризму в сільській місцевості необхідним є забезпечення належної якості середовища перебування туристів, що в сучасних умовах пов'язано із безперервним доступом до мобільного зв'язку та мережі Інтернет, не кажучи вже про електроенергію, опалення та водопостачання.

Справді, попри всі переваги сільського туризму, слабкий розвиток інфраструктури, у тому числі транспортної, зводить нанівець туристичну привабливість багатьох сільських територій. Лише незначна частка туристів погоджується на відпочинок у сільській місцевості в неналежних побутових умовах. Винятком можуть бути території із надзвичайно високим рівнем туристичної привабливості, такі як окремі приморські та гірські райони.

Варто зауважити що актуальні проблеми, пов'язані із пандемією COVID-19, і поширення дистанційного навчання та роботи зумовили потужний поштовх до розв'язання проблем інформаційно-комунікаційної інфраструктури у сільській місцевості й, відповідно, дещо вирівнюють наявні диспропорції. Отже, в майбутньому на деяких територіях частина проблем сільського туризму, пов'язаних із недостатнім інфраструктурним забезпеченням, може бути вирішена.

Водночас вагомою залишається проблема освітньо-інформаційна. Використання сучасних інформаційних технологій неодмінно передбачає ознайомлення із ними якомога ширшого кола осіб, що будуть залучені до ведення туристичної діяльності в сільській місцевості, а, як відомо, рівень «інформаційної грамотності» серед мешканців сільської місцевості є порівняно невисоким. Однак, вирівнювання інфраструктурного розвитку неминуче призведе і до подолання диспропорцій в освітній сфері, тому у найближчій перспективі подібні

питання втратять свою актуальність.

Серед необхідних для вдосконалення інноваційного розвитку сільського туризму рішень можна виокремити такі:

- стимулювання інвестицій та раціонального розподілу ресурсів розвитку цього виду туризму;
- формування політики спрямованої на залучення державних інвестицій в проекти соціально-економічного розвитку сільської місцевості;
- розширення залучення приватного капіталу до інвестиції в туристичну діяльність у селі;
- розбудова туристичної інфраструктури у найбільш перспективних регіонах;
- особлива увага до приміської зони великих міст як перспективної із точки зору розвитку сільського туризму території;
- підвищення якості обслуговування туристів та забезпечення належного освітнього рівня персоналу.

У програми розвитку туризму в регіоні з метою активізації інноваційного розвитку сільського туризму необхідно включити такі заходи:

- розробка і впровадження моделей державно-приватного партнерства щодо використання туристичних ресурсів і об'єктів у сільській місцевості;
- удосконалення розвитку людських ресурсів для сільського туризму;
- сприяння застосуванню досягнень науки й техніки для організації туристичної діяльності у сільській місцевості;
- зміцнення внутрішньорегіональних, міжрегіональних та міжнародних зв'язків у сфері туризму, зокрема сільського.

Поряд із сільським туризмом одним із перспективних напрямів інноваційної діяльності у сфері туризму в Україні є гастрономічний туризм – відносно новий вид туристичної діяльності, який використовує особливості харчування туристів не лише як базовий елемент надання послуг у місці

тимчасового перебування, а і як окремий атрактивний складник дестинацій.

За даними Всесвітньої туристичної організації 79% мандрівників вибудовує маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливості місцевої кухні. Кожен третій турист у світі розглядає національну кухню як важливу складову частину мотивації до подорожі, причому на харчування припадає близько 30% загальних витрат у поїзді [153].

Вважається, що уперше термін «гастрономічний туризм» було вжито професором Лусі Лонг (США) у 1998 р., з посиланням на концепцію, що туристи цілеспрямовано прагнуть вивчити певну культуру через їжу певної місцевості.

Перша міжнародна асоціація кулінарного туризму з'явилася у США 2003 р., «Міжнародна асоціація кулінарного туризму» (International Culinary Tourism Association). Згодом асоціація була перейменована у 2012 р. і отримала назву «Всесвітня асоціація гастрономічного туризму» (World Food Travel Association) після того, як американські дослідження показали, що англомовні люди неоднозначно розуміють термін «кулінарний туризм».

Водночас визначення поняття гастрономічного туризму різних українських науковців різноманітні, як і терміни, що вживаються для його позначення (гастрономічний туризм, винно-гастрономічний туризм, кулінарний туризм). У закордонній літературі спостерігається теж така тенденція – вчені вживають такі терміни як «food tourism», «culinary tourism», «gastronomic tourism».

М. Холл та Р. Мітчелл трактують гастрономічний туризм як вид туризму, який включає відвідування виробників продуктів харчування, фестивалів їжі, ресторанів та спеціальних місць, пов'язаних з деякими продуктами харчування та дегустацією страв; спостереження за процесами виготовлення та приготування їжі [272].

Заслуговує на увагу визначення А.М. Расулової, яка вважає, що гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних

страв і продуктів, а також навчання і підвищення рівня професійних знань у сфері кулінарії [212].

Проаналізувавши наявні визначення, вважаємо, що гастрономічний туризм слід трактувати, як спеціалізований вид туризму, який спрямований на ознайомлення туристів з гастрономічними особливостями й культурою певної території.

Гастрономічний туризм можна трактувати також як один з різновидів культурного туризму, адже гастрономія є визнаним елементом культури. Окрім того, гастрономічний туризм має тісні зв'язки з такими видами туризму як подієвий, етнічний, агротуризм та ін. Важливим аспектом розвитку гастрономічного туризму є можливість його поєднання з ресторанним господарством (рис. 4.1).

Загальною метою гастрономічного туризму є ознайомлення з гастрономічною культурою певної території, регіону чи країни.

На думку В. Антоненка, цілі та методи гастрономічного туризму повною мірою відповідають соціально-гуманітарній місії туристичної діяльності як вагомому чинника «діалогу культур», поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду і традицій, оскільки національна кухня виступає невіддільною частиною культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу. Пригощання національними стравами й напоями є основою гостинності, а відтак сприяє налагоджуванню культурних контактів, взаємопізнанню та взаєморозумінню, масштабному спілкуванню між громадянами різних країн [7].

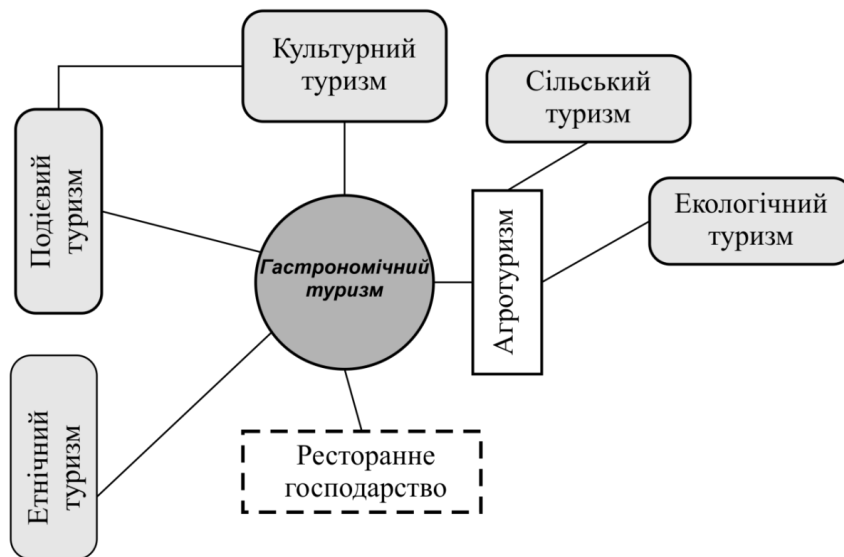


Рис. 4.1. Структура та зв'язки гастрономічного туризму. Джерело: [114]

До гастрономічної культури як об'єкта гастрономічного туризму можемо віднести кулінарні традиції, культуру прийняття їжі, а також звичаї та обряди, котрі пов'язані з гастрономією. Слід відзначити, що невід'ємним елементом є древні рецептури, які передаються з покоління в покоління і часто є особливою атракцією закладів або ж дестинацій.

Відповідно, гастрономічний туризм можна вважати допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів [7].

Як окремий вид туризму, гастрономічний туризм має і свої особливі риси:

- умови для його розвитку мають абсолютно всі країни, регіони і території;
- гастрономічний туризм не має характеру сезонного відпочинку;
- гастрономічний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів, але, на відміну від інших видів туризму, знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;

– просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів - є невід’ємною частиною будь-якого гастрономічного туру [50].

Власне універсальність та соціальне значення гастрономічного туризму зумовлюють його основні переваги на місцевому рівні.

Основними формами організації гастрономічного туризму є гастротури, екскурсії, гастрономічні фестивалі, гастрономічні заходи та інші форми туризму, в яких гастрономічний туризм є супутнім (або складовою частиною) (табл. 4.3).

Таблиця 4.3

Організаційні форми гастрономічного туризму та їх соціально-економічне значення

Форми	Приклади організації	Напрями впливу на територіальні громади
Гастротури, екскурсії	«Сиро-винні» тури, екскурсії на екоферми	Розвиток транспортної інфраструктури, розширення мережі закладів готельно-ресторанного господарства
Гастрономічні фестивалі	«Свято пампуха» (Львів), «Свято сиру і вина» (Львів), «День кавуна» (Херсон)	Стимулювання підприємницької активності, туристичний брендинг
Гастрономічні заходи	Майстер-класи, ярмарки, кулінарні конкурси	Соціально-культурний та освітній розвиток місцевих спільнот
Інші форми туризму, в яких гастрономічний туризм є супутнім (або складовою частиною)	Культурні (пізнавальні) тури, екскурсії	Підвищення рівня зайнятості населення, посилення туристичної конкурентоздатності територій

Розроблено авторами

Гастрономічний туризм, з огляду на свою специфіку, має особливе значення для розвитку локальних дестинацій, що в умовах децентралізації, стають чинниками конкурентоспроможності територіальних громад.

В сучасних умовах окремі територіальні громади, що володіють значними туристичними ресурсами, завдяки останнім законодавчим змінам отримали можливість більш ефективно управляти їх використанням, зокрема через організацію сільського, екологічного та гастрономічного туризму, а також через

підтримку створення спеціалізованих закладів розміщення – агроосель.

Однак у вітчизняних умовах важливим є питання не стільки обґрунтування адміністративних механізмів, як фінансового забезпечення заходів щодо модернізації сфери туризму та гостинності регіону.

У цьому контексті Європейська хартія місцевого самоврядування передбачає реалізацію таких положень.

1. Органи місцевого самоврядування мають право в рамках національної економічної політики на власні адекватні фінансові ресурси, якими вони можуть розпоряджатися в межах своїх повноважень.

2. Обсяг фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування відповідає їх повноваженням.

3. Частина фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування обов'язково формується коштом місцевих податків та зборів, розмір яких вони мають повноваження встановлювати в межах закону.

4. Фінансові системи, які складають підґрунтя ресурсів органів місцевого самоврядування, мають достатньо диверсифікований і гнучкий характер і повинні забезпечувати можливість приводити наявні ресурси, наскільки це можливо, у відповідність до реального зростання вартості виконуваних ними завдань.

5. Захист більш слабких у фінансовому відношенні органів місцевого самоврядування передбачає запровадження процедур бюджетного вирівнювання або аналогічних заходів з метою подолання наслідків нерівного розподілу потенційних джерел фінансування.

6. З органами місцевого самоврядування повинні належним чином проводитись консультації про порядок передачі їм перерозподілених ресурсів.

7. Дотації органам місцевого самоврядування призначаються не для фінансування конкретних проєктів.

8. Для цілей здійснення позик інвестиційного капіталу органи місцевого

самоврядування мають доступ до національного ринку капіталу [83].

Варто зауважити, що місцеве самоврядування в Україні базується на принципах народовладдя; законності; гласності; колегіальності; поєднання місцевих і державних інтересів; виборності; правової, організаційної та матеріально-фінансової самостійності в межах повноважень, визначених цим та іншими законами; підзвітності та відповідальності перед територіальними громадами їх органів та посадових осіб; державної підтримки та гарантії місцевого самоврядування; судового захисту прав місцевого самоврядування [82]. Оптимальним напрямом реалізації названих принципів, який в сучасних умовах може забезпечити докорінну модернізацію економічних систем саме на низовому рівні, є концепція децентралізації, що успішно апробована досвідом економічно розвинених держав світу.

Однак, попри тривалий період формування інституційних засад розвитку туризму в Україні, наявне інституційне середовище ще досі не можна вважати збалансованим і несуперечливим. Водночас започатковані процеси децентралізації створюють нові можливості для розвитку гастрономічного туризму на рівні місцевих громад. Особливо перспективним є його розвиток на базі садиб сільського туризму, які можуть забезпечити суттєві додаткові доходи до місцевих бюджетів невеликих громад, на території яких не розташовані промислові підприємства. Водночас для успішного розвитку туризму на локальному рівні необхідним є подальше вдосконалення нормативно-правового забезпечення рекреаційно-туристичної діяльності в Україні.

Для активізації інноваційного розвитку гастрономічного туризму доречною є розробка відповідного маркетингового забезпечення, яке б включало:

- брендинг регіонів і дестинацій з урахуванням перспектив організації гастрономічних турів;
- створення інформаційних вебресурсів присвячених гастротуристичним ресурсам регіону;

– включення гастрономічного туризму як пріоритетної складової туристичної сфери у структуру стратегій та програм регіонального розвитку туризму;

– активізація міжнародного співробітництва у сфері розвитку гастрономічного туризму [15].

Застосування таких підходів і впровадження їх у вигляді рекомендації для органів влади та місцевого самоврядування, а також туристичних підприємств, дасть змогу суттєво активізувати розвиток гастрономічного туризму. Поряд із цим, варто зауважити, що конкурентоспроможність дестинацій вимагає їх диверсифікації, тому лише гастрономічний туризм не вирішить усіх соціально-економічних проблем місцевих громад і не спрямує до них інтенсивні туристичні потоки. Необхідною є комплексна програма соціально-економічного розвитку територіальних громад з урахуванням їх потенціалу та регіональної кон'юнктури [114].

Отже, гастрономічний туризм в сучасних умовах стає вагомим фактором соціально-економічного розвитку місцевих громад в умовах децентралізації. Світова практика демонструє, що гастротуризм може стати тою рушійною силою, котра пожвавить туристичну діяльність та підвищить якість життя населення у регіонах з різним потенціалом – як у популярних дестинаціях, так і в депресивних периферійних районах. Головні переваги гастрономічного туризму – його сутнісний зв'язок із задоволенням базових потреб людини, а також можливість розвитку незалежно від наявності на певній території атрактивних природних чи історико-культурних об'єктів.

Проаналізовані перспективні напрями розвитку інноваційної діяльності у сфері туризму регіону, пов'язані з організацією сільського та гастрономічного туризму, мають значне практичне значення для формування регіональної туристичної політики в Україні. Ще однією важливою інноваційною перевагою і сільського, і гастрономічного туризму є успішний закордонний досвід залучення

їх суб'єктів до процесів туристичної кластеризації, які уже започатковані й в Україні.

4.2. Екологічні проблеми формування регіональної політики інноваційного розвитку туристичної діяльності

У сучасних умовах туризм є не лише перспективним видом економічної діяльності й засобом задоволення різнопланових потреб людини, а й інструментом соціально-економічного розвитку держав, регіонів і територіальних громад. Важливою є роль туризму у вирівнюванні економічного розвитку територій, адже ті з них, які володіють багатими й різноманітними природними та історико-культурними ресурсами, навіть без наявності сформованої інфраструктури та промислового виробництва, мають змогу забезпечувати стійке економічне зростання і підвищення доходів місцевого населення.

Серед перспективних із точки зору позитивного впливу на розвиток місцевих громад видів туризму – екологічний, який хоча і має давню історію розвитку, зокрема в Україні, однак ще досі мало залучений до інноваційної діяльності й характеризується низкою проблем, що нівелюють його позитивне значення.

В останні десятиліття туризм постійно розвивається і набуває важливого значення у життєдіяльності суспільства. Сучасний туризм в основному базується на екологічній складовій. Це зумовлено тим, що якою б не була мета туристичної подорожі, під час неї все одно певною мірою здійснюється вплив туристичної діяльності на місцеве природне середовище. Для задоволення потреб туристів необхідне належне інфраструктурне забезпечення, зручне транспортне сполучення – усе це разом із поведінкою туристів закономірно чинить негативний вплив на навколишнє середовище. Тому екологічна складова у розвитку туризму власне наголошує на тому, щоб такий рівень впливу був

мінімальним, щоб зміни, які відбувалися у навколишньому середовищі не стали незворотними.

У цьому контексті слід наголосити на принципах відповідальності та альтернативності в організації сучасного туризму. Відповідальність у туристичній сфері полягає у врахуванні можливих довгострокових наслідків, ухвалених як у підприємницькій діяльності, так і у сфері публічного управління та адміністрування, рішень. Відповідальними мають бути також і окремі туристи, які у процесі взаємодії із дестинаціями виявляють свою туристичну поведінку, що у сукупності також чинить негативний вплив на екосистеми.

Альтернативність розвитку туризму полягає у необхідності пошуку нових видів напрямів та форм організації туристичної діяльності, які, по-перше, зменшили б рекреаційне навантаження на популярні дестинації, а, по-друге, запропонували б нові й екобезпечні форми та види туристичних подорожей. На прикладі України, до альтернативних видів туристичних подорожей можна віднести тури у зону відчуження Чорнобильської АЕС, під час яких туристи мають змогу ознайомитись із можливими деструктивними наслідками людської діяльності. Такі тури є достатньо популярними й, попри те, що їх об'єктами є зовсім не малозмінені природні території, все ж мають вагоме екоосвітнє значення.

Розвиток екологічного туризму відповідає сучасним тенденціям модернізації туристичної діяльності. В економічно розвинених країнах в контексті досягнення цілей сталого розвитку важливим є питання мінімізації деструктивного впливу антропогенної діяльності на природні ландшафти. З огляду на це пріоритетними способами розміщення туристів стають наметові містечка, кемпінги, а не великі споруди готелів. Актуальними способами організації туристичних подорожей стають прогулянки та екскурсії, а не автобусні тури. Власне природне середовище як у малозміненому вигляді, так і як приклад деструктивного впливу економічної діяльності на природні

комплекси, стає є важливим об'єктом туризму.

Сучасне розуміння екологічного туризму можна узагальнити до таких 4 положень:

- екотуризм – це захист природної та культурної цілісності екосистем дестинацій, збереження їх унікальних властивостей;
- екологічний туризм робить акцент на мінімізації масштабів туризму, обмеженій доступності малозмінених природних територій для туристів;
- екотуризм дає змогу туристам особисто долучитися до заходів щодо збереження природних та культурних ресурсів;
- екологічний туризм – це відповідальний туризм, до обов'язків організаторів і учасників якого входить відповідальність за охорону туристичних ресурсів, сталий розвиток дестинацій.

Екологічний туризм дає змогу впроваджувати у практику туристичних організацій передусім процесні інновації, а також сприяє активнішому залученню науково-освітньої сфери в інноваційну підсистему регіональної туристичної системи. Перевагою розвитку екологічного туризму в регіоні є також оптимальна інтеграція природного й історико-культурного потенціалу у процесі розробки й реалізації спеціалізованих турпродуктів.

Вагоме значення екологічного туризму для стратегічного управління у сфері туризму регіону полягає у комплексному впливі на різноспрямовані процеси функціонування регіональних туристичних систем. З одного боку екологічний туризм є пріоритетним напрямом функціонування таких систем, а з іншого – суттєвим чинником, що впливає на розвиток та збереження туристичних дестинацій. Поряд із цим, екологічний туризм має системоформувальне значення для розвитку туристичної сфери регіону, оскільки принципи організації відповідних турів враховують актуальні тенденції розвитку світового туризму. Тому, з огляду на важливість інтеграційних процесів в економічній сфері, екологічний туризм дозволяє поєднувати різні форми економічної діяльності,

фокусуючи їх на збереженні та оптимізації туристичного потенціалу регіону та окремих дестинацій.

Міжнародна економічна інтеграція, що базується на процесах глобалізації, також є одним із чинників популяризації та поширення екологічного туризму у світі. Екологічні проблеми, що стали провідним аспектом формування глобальних тенденцій регулювання розвитку різних видів економічної діяльності, можуть бути оптимально вирішені на локальному та регіональному рівні саме із залученням екотуристичних засобів.

Відповідно до положень Генеральної угоди про торгівлю послугами, інноваційна діяльність у туристичній сфері розвивається за трьома напрямками:

1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства і туристичного бізнесу у системі та структурі управління, включаючи реорганізацію, поглинання конкурентних суб'єктів на основі новітньої техніки й передових технологій; кадрової політики (оновлення і заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників); раціональної економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість положення і розвитку підприємства).

2. Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів.

3. Періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціювання і надання конкурентної переваги [68].

Екологічний туризм дає змогу ефективно реалізувати усі три названі напрями з акцентом на локальний рівень інноваційної активності. Важливо, що екологічний туризм залучає туристичні ресурси, природні та культурні передумови, орієнтовані на мінімізацію несприятливих наслідків для навколишнього середовища та забезпечення його сталого використання й

охорони з метою сприяння місцевому економічному та соціальному розвитку, зокрема, у сфері обслуговування.

Існує два основні напрями розвитку екологічного туризму. У першому головним об'єктом екотуризму є малозмінені природні території. Цей напрямок виник у США у середині 1980-х років. Паралельно об'єктами екотуризму у США стали також місцеві національні природні парки. Другий напрямок розвитку екотуризму, який набув поширення насамперед в Європі, і в Україні зокрема, спрямований на відвідування, поряд із малозміненими людською діяльністю природними територіями, і об'єктів традиційної місцевої культури [51].

Орієнтуючись на цілісність екосистем, екологічний туризм не виключає із них суспільну діяльність, а робить акцент на органічній інтеграції різних видів та наслідків діяльності людини у природні комплекси. Головний принцип сталого розвитку у туристичній сфері полягає у збереженні біорізноманіття, яке у сучасних умовах можливе лише за втручання людини, шляхом організації природоохоронних заходів та територій. Саме тому природно-заповідний фонд становить основну частку дестинацій екологічного туризму.

Варто зауважити, що навіть зонування національних природних парків неодмінно передбачає виокремлення території, що може використовуватися для організованих форм рекреації, серед яких пріоритетним є власне екотуризм. Населені пункти, що розташовані на території національних природних парків, можуть успішно використовуватися для проживання та харчування туристів у межах організації сільського туризму.

Ідеальним об'єктом екологічного туризму є унікальний природний ландшафт з високою естетичною та пізнавальною цінністю, що також пов'язаний із культурою місцевого населення. У такому контексті екологічний туризм формує тісні зв'язки з етнічним туризмом. Спільним для цих двох видів туризму є місцеве соціально-культурне середовище, яке у своїх традиційних формах невіддільне від природного.

Зростання актуальності та популярності екологічного туризму в останні десятиліття – це наслідок постіндустріального розвитку суспільства, що базується на принципі сталості. Власне у межах економічних досліджень та практичних проблем функціонування соціально-економічних систем формується сучасний дискурс розвитку екологічного туризму. Ключове питання, яке має бути вирішене, – це співвідношення між пріоритетами економічного зростання та сталого розвитку економіки. У межах туристичної сфери регіону екологічний туризм дає можливість збалансувати розв'язання цього питання у контексті регіональних та глобальних проблем.

Варто зауважити, що саме в процесі глобалізації, передусім її економічному сенсі, виникли найбільші загрози навколишньому природному середовищу, у тому числі під впливом інтенсифікації туристичного його використання.

Однак на сучасному етапі найчастіше глобалізаційні процеси спрямовані, навпаки, на збереження екосистем і цінних природних та культурних ресурсів, зокрема туристичних, від виснаження та руйнування. Водночас процеси регіоналізації зараз не завжди чинять конструктивний вплив на туристичне використання природних та історико-культурних ресурсів. Річ у тому, що туристичні території (дестинації) мають неоднаковий потенціал розвитку й універсальних рецептів їх використання немає.

Той же рівень рекреаційного навантаження в одному регіоні може спричинити зростання туристичного сектору, а в іншому – призвести до деструктивних процесів у зв'язку із втратою туристичної привабливості наявними ресурсами та об'єктами.

Варто пам'ятати, що критичне збільшення масовості туристичних потоків неодмінно веде до втрати привабливості відповідних дестинацій і, як наслідок, зниження попиту на їхній туристичний продукт.

Отже, постійне зростання масовості туризму і концентрація значних

туристичних потоків на певних територіях веде до виникнення такого явища як «overtourism», що становить загрозу не лише туристичним ресурсам і місцевому населенню, а й туристичному бізнесу та інфраструктурі.

Окремі автори детально аналізували негативні наслідки впливу людської діяльності на туристичні ресурси й об'єкти та пропонували шляхи їх мінімізації (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

**Шляхи мінімізації негативних наслідків деструктивних процесів у системі
«туризм-навколишнє природне середовище»**

Природні компоненти	Деструктивні процеси	Негативні наслідки	Шляхи мінімізації
Гірські породи	Фізичне та хімічне вивітрювання, карст	Руйнування геофологічних об'єктів (скали, печери), зсуви, селеві потоки	- зменшення викидів забруднюючих речовин в атмосферу та поверхневі води; - контроль за вирубкою лісів та інтенсивне лісовідновлення; - контроль за туристичним використанням геоморфологічних об'єктів;
Поверхневі і підземні води	Забруднення неочищеними стічними водами	Погіршення якості питної води, зниження рекреаційної цінності водних об'єктів	- повне очищення стічних вод; - оновлення технологічної бази підприємств-забруднювачів поверхневих вод;

Продовження таблиці 4.4

Атмосферне повітря	Забруднення шкідливими речовинами, пилом	Погіршення якості атмосферного повітря, зниження його прозорості	<ul style="list-style-type: none"> - впровадження нових технологій очищення викидів на підприємствах-забруднювачах атмосферного повітря; - оновлення автомобільного парку, перехід на екологічно безпечні види палива; - посилення контролю та відповідальності за спалювання сміття та листя (трави); - контроль за вирубною лісів та інтенсивне лісовідновлення; - озеленення міст та прилеглих територій;
Ґрунти	Ерозія, зменшення родючості, забруднення шкідливими речовинами та сміттям	Руйнування ґрунтового покриву, погіршення якості зелених насаджень та сільськогосподарської продукції, погіршення естетичної привабливості ландшафтів	<ul style="list-style-type: none"> - контроль за вирубною лісів та інтенсивне лісовідновлення; - впровадження нових технологій очищення викидів на підприємствах-забруднювачах; - оновлення автомобільного парку, перехід на екологічно безпечні види палива; - контроль за засмічуванням природних територій, впорядкування вивезення сміття;
Рослинність	Вирубування, виривання, вигоптування, спалювання	Зменшення лісового покриву, зникнення та загроза зникнення видів рослин, погіршення якості атмосферного повітря, зсуви, селеві потоки, повені та паводки, погіршення естетичної привабливості ландшафтів	<ul style="list-style-type: none"> - контроль за вирубною лісів та інтенсивне лісовідновлення; - розширення площ об'єктів природно-заповідного фонду; - обладнання екотуристичних маршрутів, зон організованої рекреації;
Тваринний світ	Винищення, скорочення площ придатних для життєдіяльності	Зникнення та загроза зникнення видів тварин	<ul style="list-style-type: none"> - контроль за вирубною лісів та інтенсивне лісовідновлення; - розширення площ об'єктів природно-заповідного фонду; - контроль за мисливством та рибальством, боротьба із браконьєрством.

Джерело: [51]

Забезпечення збалансованого розвитку будь-яких регіонів, а особливо тих,

що спеціалізуються на туризмі, неможливе без розуміння суті екологізації туристичної діяльності та формування на її базі стратегії сталого розвитку й відповідної програми. Важлива роль в управлінні процесами екологізації туристичної діяльності належить регіональним органам влади та туристичним організаціям. Водночас актуальними є й подальші наукові пошуки у цьому напрямку, об'єктами яких, знову ж таки, мають бути територіальні рекреаційні системи локального рівня (дестинації), на прикладі яких особливо помітними є прояви регіональних екологічних проблем туризму [51].

Міжнародний досвід показує, що найбільш ефективними напрямками екологізації туристичної діяльності є:

- удосконалення законодавства щодо захисту навколишнього природного середовища;
- пропаганда екологічно безпечних туристичних подорожей;
- врахування інтересів населення дестинацій при формуванні туристичної політики;
- застосування інноваційних методів моніторингу стану навколишнього середовища, у тому числі його змін під впливом туристичної діяльності.

Очевидно, що екологічний туризм у межах найбільш туристично-привабливих регіонів дає змогу оптимізувати рекреаційне навантаження на дестинації, спрямовуючи туристичні потоки на нові території та зони, регулюючи рівень їх рекреаційної освоєності. У такій ситуації, особливо у поєднанні із сільським туризмом, екотуризм дасть змогу покращити рівень соціально-економічного розвитку периферійних та депресивних у соціально-економічному сенсі територій і водночас зберегти привабливість туристичних ресурсів регіону.

Важлива ціль екологічного туризму – формування екологічної свідомості населення. У прямому економічному вимірі ця ціль не дає фінансових результатів, але сприяє формуванню конкурентоспроможного людського потенціалу регіону, що у стратегічному відношенні позитивно вплине на

розвиток регіональної економіки.

Особливе значення розвиток екологічного туризму має для приміської зони великих міст. Така ситуація зумовлена тим, що, по-перше, у великих містах, передусім індустріальних центрах, концентрується велика частка зайнятого населення, яке має потребу у рекреаційно-туристичних послугах і водночас не завжди може дозволити собі на постійній основі здійснювати багатоденні туристичні подорожі. Таким чином, навколо великих міст доцільним є формування рекреаційних зон з обладнанням стаціонарної рекреації без порушення стану екосистем. Недоліком рекреації у приміській зоні є, як правило, досить високий рівень екологічного забруднення, порівняно із віддаленими від великих міст територіями. Проблеми у цьому контексті виникають також із контролем за організованим характером рекреації у приміській зоні. Адже неорганізовані її форми неминуче призводять до деструктивних змін в екосистемах. Водночас пошук оптимального балансу рекреаційно-туристичного використання приміської зони, зокрема, шляхом організації екотуристичних маршрутів є, на наш погляд, перспективним напрямом формування регіональної політики розвитку туристичної сфери й має важливе інноваційне значення. Саме у цьому випадку чітко помітно відмінності традиційного технологічного підходу в інноваційному розвитку від постіндустріального концепту сталого розвитку у туристичній сфері, який може бути успішно реалізований через процесії та продуктивні інновації пов'язані із використанням нових та альтернативних видів і форм туристичної діяльності.

4.3. Принципи та прогностичні моделі регіональної політики інноваційного розвитку туризму

Інноваційні технології та бізнес-моделі, що орієнтовані на інноваційну діяльність призвели до революційних змін і в індустрії туризму та гостинності. Варто зауважити, що, попри значну роль технологічних інновацій, які широко впроваджуються на усіх етапах розробки та реалізації туристичного продукту,

ключове значення все ж таки у сфері туризму та гостинності мають продуктивні інновації та системи управління якістю, які набувають особливого поширення в економічно розвинених країнах – основних генераторах туристичних потоків.

Ситуація, що пов'язана із поширенням COVID-19, надала вагомий поштовх розвитку та впровадженню інновацій у різних компонентах туристичної діяльності. Інтернет-туризм, який раніше вважався прогнозою моделлю розвитку туризму у віддаленому майбутньому, в умовах пандемії став реальним механізмом задоволення пізнавальних потреб потенційних туристів. Особливого значення набули технології гарантування безпеки туристів у місці тимчасового перебування. Очевидно, що розроблені та впроваджені з цією метою інновації, і надалі будуть активно використовуватися у процесі туристичної діяльності.

Водночас сучасні проблеми розвитку туризму загострили міждержавні та регіональні відмінності в інноваційній активності. Це зумовлено первісно неоднаковим потенціалом інноваційної діяльності у сфері туризму і туристичним потенціалом у різних регіонах загалом. Зрозуміло, що, як і в інших аспектах інноваційної діяльності, генераторами інновацій стають найбільш розвинені й активні суб'єкти економічної діяльності, у тому числі просторові утворення, такі як туристичні центри, регіони або держави, що спеціалізуються на туризмі.

Для розв'язання проблем інноваційного шляху економічного розвитку туристичної галузі України, перш за все, мають бути розроблені політика і стратегія розвитку галузі, де були б визначені найбільш важливі завдання галузі й необхідні для неї шляхи, методи та інструменти.

Лише за наявності такої політики й стратегії виникає можливість розробки й здійснення програм відповідних інноваційних процесів. Тому метою розвитку туризму в Україні, є створення сприятливого організаційно-правового й економічного середовища для розвитку цієї сфери, формування конкурентоздатного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту, на основі використання природного й історико-культурного потенціалу України, а

стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні полягає в розробці державної політики у галузі туризму як пріоритетного напрямку розвитку національної культури й економіки [40].

Однак необхідно відзначити, що на впровадження інновацій в туризмі значний вплив мають економічна ситуація в країні, соціальний стан населення, національне законодавство, а також міжурядові та міжнародні угоди. Тому передумови впровадження інновацій в туристичній діяльності в кожній країні різні. М. Доценко, зокрема, виділяє такі причини, що зумовлюють необхідність ведення інноваційної діяльності у сфері туризму регіону:

- зростання потреби населення в знайомстві зі способом життя в інших регіонах і надбанні нових знань;
- перенасичення населення багатьма традиційними напрямками поїздок;
- загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів;
- необхідність стримувати виїзд своїх громадян у зони, аналогічні за умовами регіонів своєї країни (природа, культура, клімат);
- гармонійне об'єднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристських послуг) для повного задоволення потреб найвибагливіших туристів;
- технологічна революція й експансія послуг в економіці;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту [68].

Головними стратегічними пріоритетами регіональної політики України на сучасному етапі, на думку вітчизняних науковців, є:

- досягнення загальнонаціональної єдності та суспільного порозуміння в соціогуманітарному та суспільно-політичному середовищі регіонів України;
- пошук оптимальної моделі розподілу функцій і повноважень на

різних рівнях влади;

- зміцнення матеріально-фінансових основ місцевого самоврядування та посилення соціального виміру бюджетної політики на місцевому рівні;
- становлення інноваційно-інвестиційної моделі розвитку як основи конкурентоспроможності регіонів;
- модернізація виробничої та соціальної інфраструктури регіонів;
- використання нових, більш ефективних форм міжрегіональної внутрішньої та зовнішньої взаємодії [12].

На думку О. Литвина, основними принципами формування та реалізації регіональної туристичної політики є:

- принцип узгодженості з регіональною політикою;
- принцип ієрархічності, де кожна ланка управлінської вертикалі туристичної галузі має чітко виконувати свої функції в управлінні, які повинні бути відведені регіональним та місцевим органам управління;
- принцип раціонального поєднання економічного та соціального критеріїв у туристичній політиці, що забезпечить, поряд з економічною вигодою, одночасно і фінансову підтримку для реалізації соціальних завдань;
- принцип комплексності, що ілюструє розвиток туристичної галузі у комплексі з іншими, які забезпечують туристичну сферу і визначають соціально-інфраструктурний стан регіону;
- принцип синхронізації, який означає, що швидкість реалізації туристичних програм та ініціатив має відповідати темпам здійснюваних економічних реформ;
- принцип забезпечення внутрішньої та зовнішньої конвертованості туристичних послуг [126].

Як цілком слушно вважає О. Бабінова, необхідно чітко розділяти державну регіональну політику, тобто політику держави щодо забезпечення соціально-економічного та суспільно-політичного регіонального розвитку, та регіональну

політику – політику, що здійснюється регіональними органами влади, а отже, самими регіонами щодо забезпечення всебічного сталого розвитку власних територій. При цьому роль держави полягає у підтримці відповідних регіональних ініціатив (нормативно-правове та матеріально-фінансове забезпечення, визначення загальних пріоритетів регіонального розвитку країни) [12].

Регіональна політика регулювання інноваційного розвитку туризму з урахуванням диференціації регіонального розвитку України, на нашу думку, має базуватися на таких принципах як об'єктивізація, конвергентність, субсеквентність, збалансованість, сталість (рис. 4.2).

Принцип об'єктивізації полягає у чіткому визначенні об'єктів регулювання інноваційного розвитку туризму в регіоні, серед яких види туризму, форми організації турів, транспортні засоби та шляхи, засоби розміщення, концепції та технології ресторанного обслуговування, управління якістю послуг, менеджмент туристичних підприємств, публічне управління у сфері туризму, маркетинг туристичних послуг, туристичний брендинг регіону, туристична кластеризація.

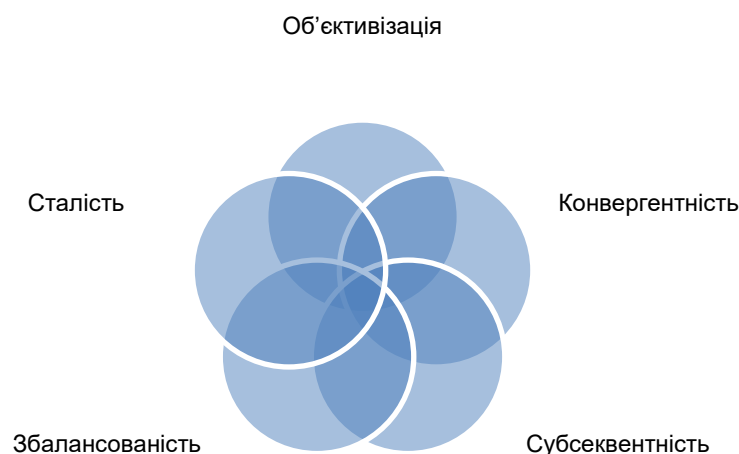


Рис. 4.2. Сукупність принципів регіональної політики регулювання інноваційного розвитку туризму. Розроблено авторами

Зазначені об'єкти мають аналізуватися лише в комплексі й бути включені до стратегічної та програмно-цільової документації інноваційного розвитку туризму в регіоні. Варто зауважити, що в контексті інноваційного розвитку регіон як певна соціально-економічна цілісність теж може вважатися об'єктом відповідної регіональної політики. У контексті розвитку туристичних ринків власне регіон часто стає об'єктом брендингу, а місцеві туристичні продукти обов'язково враховують регіональну специфіку. Принцип об'єктивізації не заперечує важливу роль суб'єктів інноваційного розвитку, однак робить акцент на результативності відповідних заходів регіональної політики, тобто на їх практичному втіленні, яке може бути оцінене на підставі моніторингу об'єктивних даних.

Принцип конвергентності надзвичайно важливий у регіональній політиці регулювання інноваційного розвитку туризму, адже звертає увагу суб'єктів інноваційної діяльності на наявні внутрішньорегіональні міжрегіональні та міждержавні відмінності у туристичному потенціалі, попиті та пропозиції на туристичному ринку, дії низки факторів туристичної діяльності.

На прикладі великих держав, таких як Україна, очевидно, що без врахування регіональних відмінностей здійснення ефективної політики в інноваційній сфері, не лише у туризмі, є неможливим. Однак, відповідно до принципу конвергентності, врахування наявних відмінностей не є самоціллю, а повинно мати закономірним результатом інтеграцію та уніфікацію у межах доцільності процесів туристичної діяльності. Якщо розглядати втілення принципу конвергентності на регіональному рівні, то його основним результатом мало б бути формування єдиного регіонального середовища сприятливого для туризму загалом і інноваційної діяльності у цій сфері зокрема, а також створення інноваційних структур з метою залучення інвестицій в інноваційні проєкти сфери туризму.

Варто зауважити, що конвергентність в туристичній сфері не означає повну

уніфікацію, а є створенням єдиних ефективних та зрозумілих для всіх учасників ринку механізмів здійснення економічної діяльності у певній галузі в межах регіону або держави. Зокрема, на державному рівні основним чинником конвергентності є формування єдиної й несуперечливої нормативно-правової бази. Подібні завдання можуть виконуватися і на міждержавному рівні в контексті адаптації національних правових норм до міжнародних документів та стандартів.

Процеси конвергенції у туристичній сфері повинні, отже, здійснюватися на трьох рівнях – регіональному державному та глобальному – і бути пов'язаними передусім з інноваційними напрямками туристичної діяльності, не порушуючи засад унікальності туристичного продукту.

Принцип субсеквентності пов'язаний із вагомим значенням вивчення і врахування причинно-наслідкових зв'язків у процесі регулювання інноваційного розвитку туризму в регіоні. Цей принцип має два головні аспекти.

По-перше, під час проектування та планування заходів щодо активізації інноваційної діяльності на різних рівнях неодмінно потрібно враховувати передумови та фактори розвитку туристичної сфери на регіональному та локальному рівнях. Іншими словами, важливим етапом у стратегічному плануванні розвитку туристичної сфери має бути вивчення диференціації у сучасному стані та тенденціях розвитку туризму у просторовому відношенні. Таким чином, розроблені відповідно до стратегічних пріоритетів та цілей програмні заходи неодмінно мають бути диференційованими за регіонами, районами, іншими територіями у межах держави з урахуванням їх специфічних рис. З урахуванням можливостей, які надає процес децентралізації влади в Україні, принцип субсеквентності на сучасному етапі розвитку держави може, на наш погляд, бути успішно реалізований для проектування та реалізації інноваційних проєктів.

Другим аспектом принципу субсеквентності є прогнозування наслідків

планованих заходів в контексті інноваційного розвитку туризму. Слід взяти до уваги, що, зважаючи на комплексність туристичної сфери, очікувані результати від впровадження заходів можуть відрізнятись від реальності. Адже, по-перше, кон'юнктура туристичного ринку є досить нестабільною, а по-друге, цей вид діяльності суттєво залежний від загроз та викликів зовнішнього середовища. Зокрема, важко спрогнозувати глобальні кризи, які неминуче призводять до модифікації прогнозів розвитку туристичної діяльності на всіх рівнях – від локального до глобального.

У контексті принципу субсеквентності потрібно також враховувати прогнози щодо конкурентоспроможності туристичної сфери регіону у майбутніх часових періодах. Такі прогнози мають базуватися на об'єктивному оцінюванні та експертних опитуваннях, а також враховувати досвід іноземних держав, що раніше перебували на подібних етапах розвитку. Очевидно, що на прикладі України не можна говорити про абсолютну конкурентоспроможність туристичної спеціалізації держави на міжнародному ринку. Це ж стосується і багатьох регіонів держави, навіть тих, які володіють найбільшим туристичним потенціалом. Однак на локальному рівні окремі туристичні дестинації безумовно можуть прогнозувати свій розвиток в контексті переважної ролі туристичної діяльності у формуванні конкурентоспроможності на регіональному національному та глобальному туристичних ринках.

З останніх міркувань впливає важливість *принципу збалансованості*, який означає, що як сама туристична сфера, так і її окремі складники, повинні розвиватися із дотриманням доцільного балансу. Варто наголосити, що туристична спеціалізація регіону не дає йому автоматично переваг в контексті соціально-економічного розвитку, так само і розвиток окремих дестинацій, що використовують лише певні види туризму для формування своєї туристичної привабливості або експлуатують лише визначені туристичні ресурси й об'єкти, не може вважатися конкурентоспроможним та ефективним у довгостроковій

перспективі. Для прикладу, моноспеціалізовані курорти, що тривалий час експлуатують запаси бальнеологічних ресурсів, можуть повністю втратити своє рекреаційне значення після того, коли відповідні ресурси вичерпають свої запаси. З огляду на це, важливою є диференціація туристичних продуктів, що пропонуються в межах дестинації й в межах регіону загалом. З одного боку, процеси такої диференціації є закономірними у ринковій економіці, а з іншого, особливо на регіональному рівні, потребують окремої уваги з боку інституційного середовища. Беручи до уваги те, що інноваційна діяльність, попри свою високу рентабельність, є водночас і досить ризикованою, необхідність збалансованого підходу до її регулювання не викликає сумнівів.

Принцип сталості вирізняється тим, що акцентує свою увагу не стільки на розвитку туризму та інноваційної діяльності у цій сфері, як на збереженні та оптимізації ресурсів, що використовуються у цьому процесі. Варто зауважити, що ресурсами інноваційної діяльності в туризмі є не лише класичні туристичні ресурси, які поділяють на природні та історико-культурні, а й людський ресурс, який формує кадровий потенціал сфери туризму; інформаційні ресурси, які на сучасному етапі визначають ключові параметри розвитку туристичної сфери; і, безумовно, соціальний ресурс, до якого належать місцеві спільноти та власне туристи.

Сталість стосовно зазначених ресурсів полягає не лише в їх раціональному використанні, а й у примноженні в контексті інноваційного розвитку. Природні та історико-культурні туристичні ресурси можуть залучатися до процесів інноваційної діяльності через формування та удосконалення інфраструктурних елементів. Людський ресурс охоплений інноваційною діяльністю у сфері освіти та науки. Інформаційні ресурси найбільш динамічно розвиваються під впливом інформаційно-комунікаційних Інтернет-технологій і становлять основу сучасних інновацій у сфері туризму. Соціальні ресурси туризму можуть бути оцінені з позиції сприйняття ними інновації у цій сфері та із точки зору можливих переваг,

які можуть бути отримані населенням дестинацій та туристами у процесі міжкультурної взаємодії. Процеси забезпечення сталості інноваційного розвитку туризму є важливим компонентом гарантування безпеки туристичної діяльності у широкому контексті й, безумовно, повинні враховуватися у стратегічному плануванні регулювання інноваційного розвитку туризму в регіоні.

Описані принципи формують основу регулювання інноваційного розвитку туризму в регіоні, а їх сукупність може трактуватися як статична концептуальна модель. Водночас як ми зазначали раніше, туристична сфера є достатньо динамічною та сприйнятливою до загроз та викликів зовнішнього середовища, що зумовлює необхідність формування також динамічних концептуальних моделей, у тому числі в умовах нестабільності.

Залежно від специфіки врахування умов зовнішнього середовища можна виокремити дві моделі інноваційного розвитку туризму в регіоні – стаціонарну та синергетичну.

Стаціонарна модель складається із трьох стадій.

1. Початкова. Інновації продукуються найбільшими суб'єктами ринку, їх впровадження обмежене, а попит на інноваційні продукти незначний. Регулювання інноваційних процесів фрагментарне і неузгоджене.

2. Прогресивна або регресивна. Залежно від кон'юнктури ринку характеризується розгортанням або згортанням інноваційних процесів. У випадку прогресивної стадії спостерігається залучення нових суб'єктів до інноваційного розвитку, формування стійкого попиту на інноваційні продукти й послуги. Регресивна стадія характеризується зниженням кількості суб'єктів інноваційного розвитку та їх активності, переважанням трансферу інновацій над їх продукуванням, пріоритетністю ресурсного підходу у плануванні розвитку туризму. Кінцевим результатом регресивної стадії є критичне зниження туристичної конкурентоспроможності регіону, що призводить до втрати його рекреаційно-туристичної спеціалізації.

3. Інтенсивна. Продовжує прогресивну стадію у випадку повної інституціоналізації інноваційного розвитку, у процесі якої до інноваційної діяльності у сфері туризму залучаються державні та регіональні владні інституції, органи місцевого самоврядування, заклади освіти й науки, громадські об'єднання тощо.

Стаціонарна модель інноваційного розвитку може бути застосована для формування регіональної політики у сфері інноваційного розвитку туризму у відносно стабільні в соціально-економічному та політичному відношенні періоди розвитку держави. Однак, в умовах нестабільності така модель не показує специфіку розвитку регіональних туристичних систем, адже є дещо ідеалізованою, бо не враховує загроз і викликів зовнішнього середовища, які у сучасний період є досить вагомим чинником функціонування туристичної сфери.

Відповідно до синергетичної моделі в інноваційному розвитку туризму в регіоні можна виокремити такі три стадії.

1. Прогресивна. Обґрунтовується сутністю інноваційної діяльності як процесу удосконалення наявних продуктів, технологій і процесів, що зумовлює прогресивні зміни у соціально-економічному розвитку регіону. Характеризується рисами подібними до другої стадії стаціонарної моделі, адже пов'язана із низьким рівнем нестабільності зовнішнього середовища.

2. Адаптивна. В умовах зростання ризиків соціально-економічної та політичної нестабільності в державі та на глобальному рівні, інноваційна підсистема регіональної туристичної системи змушена реагувати на виклики зовнішнього середовища та протистояти актуальним загрозам. Інноваційний розвиток на цій стадії є нелінійним, адже повинен враховувати характер та інтенсивність дії зовнішніх чинників. Основне завдання цієї стадії інноваційного розвитку – збереження конкурентоспроможності регіональної туристичної системи в умовах нестабільності.

3. Конструктивна або деструктивна. Перехід до однієї з цих стадій

інноваційного розвитку зумовлений критичним зростанням нестабільності умов зовнішнього середовища. У випадку впровадження своєчасних та обґрунтованих заходів регіональної політики у сфері туризму можлива адаптація інноваційних процесів до нових умов і, як наслідок, підвищення стійкості системи та повернення її до адаптивної стадії, але вже з якісно новими характеристиками. Якщо в кризових умовах політика регулювання розвитку туризму виявиться неспроможною зберегти наявний потенціал, то система втратить свої ключові властивості й перейде до деструктивної стадії. Після цього відновлення попереднього стану системи та інноваційних процесів у ній стане можливим лише в умовах стабільності, відповідно до першої стадії стаціонарної моделі. В сучасних умовах у зв'язку з пандемією COVID-19 і впровадженими обмеженнями інноваційний розвиток туризму в Україні перебуває на початку третьої стадії синергетичної моделі. В цій ситуації критично важливим є ефективне регулювання інноваційних процесів задля збереження стійкості туристичної системи та переходу її до нового більш адаптованого стану. З урахуванням виявлених регіональних відмінностей, а також описаних моделей, обґрунтовано напрями, цілі, пріоритети та очікувані результати стратегії інноваційного розвитку туризму в регіоні (рис. 4.3).

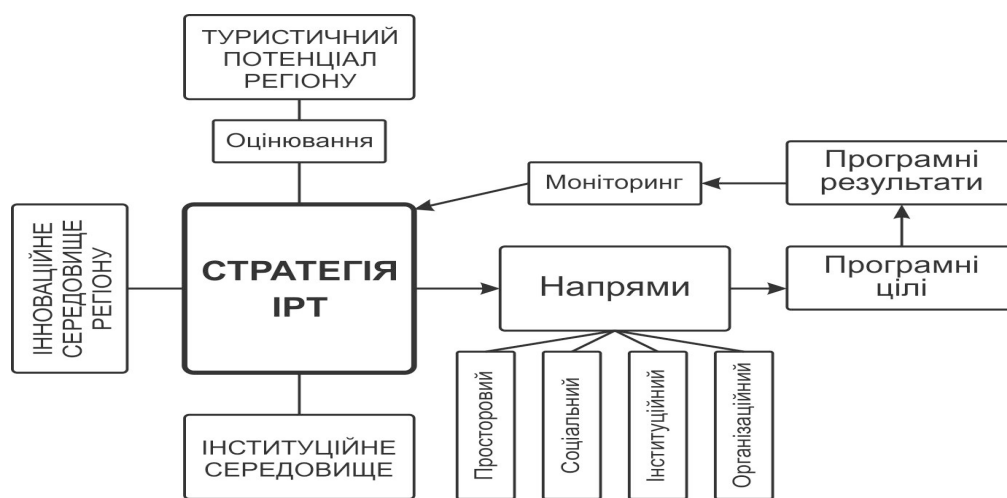


Рис. 4.3. Методологічні засади стратегічного планування інноваційного розвитку туризму.

Розроблено авторами

Зокрема, виокремлено такі її напрями (цілі) як інституційний (узгодження інтересів стейкхолдерів, формування інноваційних структур), організаційний (підвищення інноваційної активності туристичних підприємств, туристичний брендинг та ребрендинг), соціальний (оптимізація туристичних потоків, безпека туризму, розвиток туристичної освіти й науки), просторовий (впровадження інновацій в просторовий розвиток дестинацій, використання туристичного потенціалу регіону на засадах сталого розвитку). У функціональному вимірі зазначені напрями реалізуються через вплив системи регуляторів на об'єкти та процеси інноваційного розвитку туризму в регіоні.

Отже, інновації є важливим фактором і результатом сучасної туристичної діяльності. Інноваційний розвиток як пріоритетний напрям підвищення конкурентоздатності туристичних підприємств, дестинацій, регіонів та держав має складну структуру та системний характер. Основними напрямками інноваційного розвитку регіональних туристичних систем є формування інноваційної інфраструктури (зокрема, у вигляді туристичних кластерів), активізація інноваційної діяльності на підприємствах, підвищення ефективності впровадження і використання інноваційних технологій, ширше залучення управлінської та науково-освітньої підсистем до процесів генерування та підтримки інновацій.

4.4. Інституційні засади регулювання інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні

Важливе значення для забезпечення стабільності та ефективності функціонування туристичного бізнесу має інституційне середовище, що характеризується досить складною структурою та може аналізуватися на різних

ієрархічних рівнях – держави, регіонів та територіальних громад. В умовах політики децентралізації, яка в останні роки успішно впроваджується в Україні, інституційне середовище розвивається у новому напрямі, що дає змогу гарантувати сталий розвиток індустрії гостинності на локальному рівні через зростання ролі місцевих громад у процесах управління регіональним розвитком.

Базуючись на принципах регіональної політики інноваційного розвитку, інституційне середовище регіону має бути узгодженим та спрямованим на інноваційний вектор розвитку туризму. Поряд із цим має забезпечуватися координація цілей на загальнодержавному рівні, а також конвергенція на міжнародному ринку туристичних послуг.

З точки зору системного підходу інституційне середовище можна трактувати також як окрему інституційну субсистему регіональної туристичної системи (наприклад, рис. 4.4).

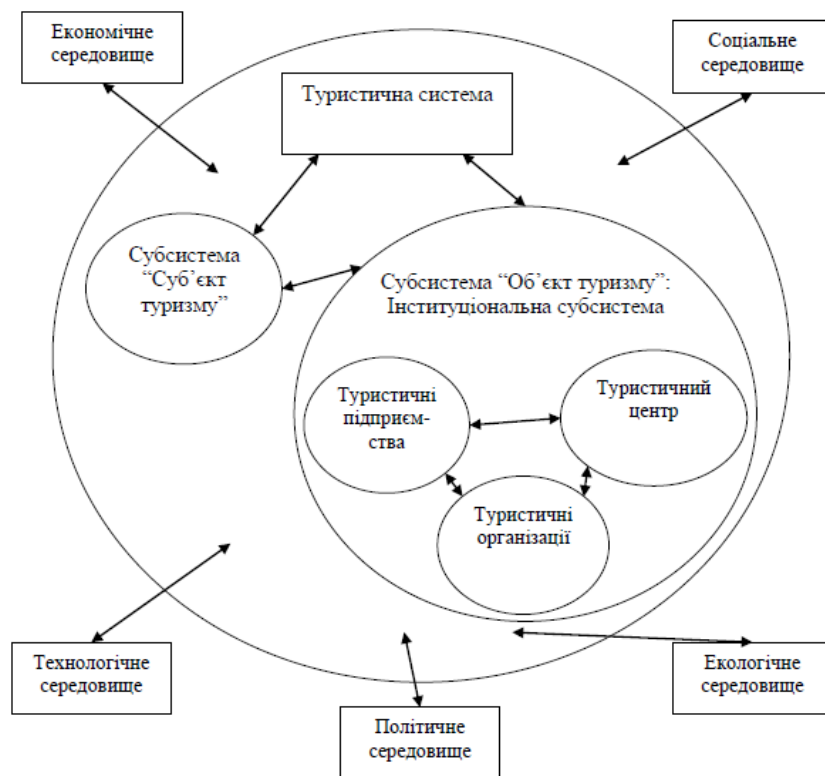


Рис. 4.4. Модель туристичної системи за К. Каспаром. Джерело: [51]

Такий підхід доцільно застосовувати під час стратегічного управління інноваційною діяльністю в туризмі, оскільки він дає змогу повноцінно враховувати роль суб'єктів туристичної діяльності у формуванні напрямів інноваційного розвитку регіону.

У контексті удосконалення інституційних засад підвищення ефективності регулювання інноваційного розвитку сфери туризму в регіоні, на наш погляд, необхідно зупинитися детальніше на кількох аспектах – ролі територіальних громад та бізнес-середовища у розвитку туристичної сфери, засадах функціонування туристичних інноваційних систем, зокрема рекреаційно-туристичних кластерів.

Місцеве самоврядування в Україні базується на принципах народовладдя; законності; гласності; колегіальності; поєднання місцевих і державних інтересів; виборності; правової, організаційної та матеріально-фінансової самостійності в межах повноважень, відповідним національним законодавством; підзвітності та відповідальності перед територіальними громадами їх органів та посадових осіб; державної підтримки та гарантії місцевого самоврядування; судового захисту прав місцевого самоврядування [155]. Оптимальним напрямом реалізації названих принципів, який в сучасних умовах може забезпечити докорінну модернізацію економічних систем саме на низовому рівні, є концепція децентралізації, що успішно апробована досвідом високорозвинених держав світу.

Децентралізація має складну структуру і включає політичну, адміністративну та фінансову компоненти. Політична децентралізація передбачає законодавче забезпечення незалежності органів місцевого самоуправління, що обрані демократичним шляхом та представляють інтереси громади, що їх обрала. Адміністративна децентралізація включає передачу

органам місцевої влади належного обсягу повноважень та інструментів для їх реалізації. Фінансова децентралізація має на меті забезпечення органів місцевої влади необхідними фінансовими ресурсами та передачу функцій контролю їх використання [169].

Оскільки, відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування», первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій і повноважень є територіальна громада села, селища, міста [155], державна політика України у сфері місцевого самоврядування в першу чергу спирається саме на інтереси жителів територіальних громад і передбачає проведення кардинальних змін і системних реформ, децентралізацію влади – тобто передачу від органів виконавчої влади органам місцевого самоврядування значної частини повноважень, ресурсів та відповідальності. В основу цієї політики закладено положення Європейської хартії місцевого самоврядування та наявний світовий досвід [128].

Національна концепція децентралізації базується на таких основних положеннях Європейської хартії місцевого самоврядування.

1. Місцеве самоврядування означає право і спроможність органів місцевого самоврядування в межах закону здійснювати регулювання та управління суттєвою часткою публічних справ, під власну відповідальність, в інтересах місцевого населення.

2. Органи місцевого самоврядування в межах закону мають повне право вільно розв'язувати будь-яке питання, яке не вилучене зі сфери їхньої компетенції.

3. Публічні повноваження, як правило, здійснюються переважно тими органами публічної влади, які мають найтісніший контакт з громадянином.

4. Повноваження, якими наділяються органи місцевого самоврядування, як правило, мають бути повними й виключними.

5. Якщо повноваження делегуються органам місцевого самоврядування

центрального чи регіонального органом, органи місцевого самоврядування у міру можливості мають право пристосовувати свою діяльність до місцевих умов.

6. У процесі планування і прийняття рішень щодо всіх питань, які безпосередньо стосуються органів місцевого самоврядування, з останніми мають проводитися консультації, у міру можливості своєчасно і належним чином [160].

У 2014 році урядом України було схвалено Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади та План заходів щодо її реалізації, які започаткували реформу децентралізації влади у державі.

Для повноцінного впровадження децентралізації у практику регіонального управління необхідними були зміни до Конституції України, які, однак, не були ухвалені, тому реформа на сучасному етапі відбувається в рамках положень чинного Основного Закону.

У 2014-2016 рр. було розроблено й ухвалено пакет законодавчих змін, що дали змогу розпочати реформування адміністративно-територіального устрою та місцевого самоврядування, який містить такі нормативно-правові акти:

- закони про внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів України;

- Закон «Про добровільне об'єднання територіальних громад»;

- Закон «Про співробітництво територіальних громад»;

- Закон «Про засади державної регіональної політики»;

- Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо децентралізації повноважень у сфері архітектурно-будівельного контролю та удосконалення містобудівного законодавства»;

- пакет законів щодо розширення повноважень органів місцевого самоврядування та оптимізації надання адміністративних послуг [128].

За даними авторів реформи, нова законодавча база значно посилила мотивацію до міжмуніципальної консолідації в країні, створила належні правові умови та механізми для формування спроможних територіальних громад, які

об'єднують свої зусилля у розв'язанні нагальних проблем. Також виправдала себе нова модель фінансового забезпечення місцевих бюджетів, що отримали певну автономію і незалежність [128].

Окремі територіальні громади, що володіють значними туристичними ресурсами, завдяки останнім законодавчим змінам отримали можливість більш ефективно управляти їх використанням, зокрема через організацію сільського та екологічного туризму.

В умовах децентралізації та посилення повноважень місцевих громад туризм, зорганізований на базі особистих селянських господарств, має функцію особливого сприяння раціональному використанню природних ресурсів, зацікавленню місцевих мешканців у тривалому збереженні ландшафтів, захисті й охороні навколишнього середовища, сталому розвитку територій [169].

Підґрунтям для подальшої реалізації реформи має стати нормативно-правова база, яку включає низку законів:

- «Про службу в органах місцевого самоврядування»;
- «Про засади адміністративно-територіального устрою України»;
- «Щодо управління земельними ресурсами в межах території об'єднаних територіальних громад»;
- «Щодо розширення видів містобудівної документації на місцевому рівні»;
- «Щодо державного нагляду за законністю рішень органів місцевого самоврядування»;
- «Про міські агломерації» [128].

Однак у вітчизняних умовах важливим є питання не стільки обґрунтування адміністративних механізмів, як фінансового забезпечення заходів щодо інноваційного розвитку туристичної сфери регіону.

У цьому контексті Європейська хартія місцевого самоврядування містить такі положення.

1. Органи місцевого самоврядування мають право в рамках національної

економічної політики на власні адекватні фінансові ресурси, якими вони можуть розпоряджатися в межах своїх повноважень.

2. Обсяг фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування відповідає їх повноваженням.

3. Частина фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування обов'язково формується коштом місцевих податків та зборів, розмір яких вони мають повноваження встановлювати в межах закону.

4. Фінансові системи, які складають підґрунтя ресурсів органів місцевого самоврядування, мають достатньо диверсифікований і гнучкий характер і повинні забезпечувати можливість приводити наявні ресурси, наскільки це можливо, у відповідність до реального зростання вартості виконуваних ними завдань.

5. Захист більш слабких у фінансовому плані органів місцевого самоврядування передбачає запровадження процедур бюджетного вирівнювання або аналогічних заходів з метою подолання наслідків нерівного розподілу потенційних джерел фінансування.

6. З органами місцевого самоврядування повинні належним чином проводитись консультації про порядок передачі їм перерозподілених ресурсів.

7. Дотації органам місцевого самоврядування призначаються не для фінансування конкретних проєктів.

8. Для цілей здійснення позик інвестиційного капіталу органи місцевого самоврядування мають доступ до національного ринку капіталу [160].

Процеси децентралізації владних повноважень в сучасних умовах в Україні призводять до трансформації засад функціонування інституційного середовища інноваційного розвитку туризму.

Починаючи планувати стратегію розвитку громади, варто зрозуміти, що на відміну від регіонального рівня, не існує нормативної бази, яка б визначала порядок та вимоги щодо розробки стратегії розвитку територіальної громади.

Однак в Україні уже багато років працюють іноземні програми технічної допомоги, які спрямовані на допомогу містам в розробці стратегій їх розвитку. Оскільки об'єднаних територіальних громад до 2016 року в Україні не існувало немає реального досвіду, яким чином розробляти стратегії розвитку громади, але досвід роботи над стратегіями міст та регіонів можна використати [64].

Об'єднана територіальна громада може взяти за основу для розробки своєї стратегії розвитку Державну стратегію регіонального розвитку України, а також врахувати стратегію розвитку області, у якій знаходиться територіальна громада [64]. Це буде доречно, оскільки Державна стратегія регіонального розвитку в Україні базована на таких підходах:

- збільшення конкурентоспроможності регіонів та забезпечення єдності всього українського простору, а також покращення якості життя населення незалежно від місця проживання людини;

- підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів шляхом оптимізації й диверсифікації структури економіки, забезпечення ефективної спеціалізації регіонів з пріоритетним використанням власного ресурсного потенціалу;

- досягнення рівномірного та збалансованого розвитку територій, запобігання поглибленню соціально-економічних диспропорцій, забезпечення соціально-економічної єдності й рівномірності розвитку регіонів з метою створення рівних умов для розвитку людини [64].

Такі підходи доцільно застосовувати й для стратегічного планування розвитку об'єднаної громади.

У Державній стратегії регіонального розвитку визначені також оперативні цілі, які також можуть підійти для стратегування в об'єднаних територіальних громадах. Плануючи їх розвиток слід орієнтуватися на три складові стратегії – розвиток місцевої економіки, розвиток людського капіталу, збереження навколишнього природного середовища [64].

Важливим питанням, що постає у зв'язку із необхідністю активізації

інноваційної діяльності, є пошук фінансових ресурсів для її забезпечення.

Стратегічне планування свого розвитку об'єднані територіальні громади здійснюють на основі таких прогнозованих фінансових ресурсів: використання власних доходів бюджету; використання коштів державного фонду регіонального розвитку на проекти розвитку; використання коштів державної субвенції на розвиток інфраструктури об'єднаної територіальної громади; залучення коштів міжнародної технічної допомоги [64]. Водночас інноваційна діяльність, яка на локальному рівні, зокрема в туристичній сфері, найчастіше здійснюється суб'єктами підприємницької діяльності, у випадку формування сприятливого бізнес-середовища може успішно використовувати й внутрішні фінансові можливості.

Поширена проблема, що виникає у процесі регулювання інноваційного розвитку туристичної діяльності в Україні, пов'язана із конфліктом інтересів між різними суб'єктами регулювання. Реформа, пов'язана із децентралізацією владних повноважень, лише набирає обертів і часто інтереси та повноваження, що пов'язані із функціонуванням туристичних дестинацій, накладаються і перетинаються. За умови наявності конфліктів політичних еліт на рівні регіону, це може призвести до неузгодженості й суперечності пріоритетів інноваційного розвитку туризму, а якщо до згаданих процесів долучаються ще й суб'єкти державного регулювання, то ситуація може ще ускладнитися.

Власне, розподіл відповідальності на регіональному та локальному рівнях є тим питанням, що повинно бути серед пріоритетних в умовах сучасного етапу формування інституційного середовища в Україні. Справді, територіальні громади, які координують використання багатьох туристичних ресурсів та об'єктів, мають у сучасних умовах досить великі повноваження. Однак їхні можливості щодо стратегічного управління об'єктивно обмежені. Також проблемною ситуацією є налагодження міждержавної, зокрема транскордонної, співпраці, яка найчастіше потребує залучення регіональних суб'єктів

регулювання інноваційних процесів у сфері туризму та державних органів влади.

Формування цілісної системи сприяння інноваційній активності в регіонах України є все ще перспективним завданням, яке потребує формування насамперед збалансованого розподілу повноважень щодо розвитку туристичної діяльності на регіональному рівні.

У більшості країн є території, які мають різні можливості для розвитку або які мають значні соціокультурні відмінності від решти територій держави. Завдання держави – забезпечити своїх громадян рівними можливостями та гарантованим рівнем публічних послуг, зберегти єдність державного простору при регіональних відмінностях. Зменшення дисбалансів у економічному розвитку територій, створення умов для міжрегіональної солідарності та взаєморозуміння є умовою єдності державного простору та стійкості держави. Координація політики розвитку секторів економіки у територіях є запорукою розв'язання регіональних проблем, а не їх посилення [64].

На думку дослідників, особливості реалізації інноваційного потенціалу підприємства полягають в наступному:

- специфіка механізмів управління інноваційною діяльністю туристичного підприємства визначається інноваційною культурою, що склалася у ньому;
- розвиток та конкурентоспроможність туристичного підприємства слід пов'язувати із залученням різного роду інновацій;
- інноваційний потенціал підприємства залежить від сфери його діяльності, матеріальних, фінансових, інтелектуальних ресурсів, професійної культури співробітників, готовності до змін, тенденції економічного та інноваційного розвитку з боку держави;
- інноваційний потенціал туристичного підприємства є похідним від його організаційної культури;
- основною рушійною силою, виробником і провідником інноваційних змін у бізнес-процесі туристичного підприємства є його менеджер [122].

Підприємства сфери туризму та суміжних галузей разом з іншими учасниками ринку та зацікавленими у провадженні інноваційної діяльності суб'єктами для забезпечення ефективності процесів продукування та реалізації інноваційних продуктів повинні тісно взаємодіяти між собою. На практиці функціональні структури, що виникають у процесі такої взаємодії можна трактувати як туристичні інноваційні системи різних рівнів (дестинація, регіон, держава).

Можна виокремити такі принципи формування туристичної інноваційної системи:

1. Регіоналізація. Впровадження інноваційних підходів в туристичну сферу повинно мати регіональну складову. Зумовлено це тим, що у процесі розвитку туризму межі туристичної діяльності стають дедалі більш розмитими й галузевий підхід втрачає свою актуальність. Важливою тенденцією стає розвиток туризму на основі регіональних концепцій (наприклад, дестинації, регіональні туристичні системи та ін.). Окрім того, поширення набувають нові туристичні продукти, такі як сільський, екологічний та індустріальний туризм, що утворюються внаслідок інтеграції та інноваційної діяльності індустрії туризму та інших галузей економіки. Також у процесі розвитку туризму туристичні компанії, як правило, обирають чіткі просторові межі, на які фокусуються туристичні потоки, та звертається особлива увага на регіональну специфіку розроблених турів.

2. Інтегративність. У розумінні ролі інновацій в туризмі існує два підходи. Вузкий підхід, умовно поділяючи інновації в туризмі на власне туристичні та інші, робить акцент в контексті забезпечення функціонування туристичної інноваційної системи на перші з них. У широкому ж розумінні усі інновації, що використовуються у сфері туризму можна вважати туристичними (транспорт, комунікації, Інтернет тощо). Таким чином туристична інноваційна система інтегрує досягнення інноваційної діяльності різних сфер економіки.

3. Мережевий характер. Система туристичних інновацій складається з

низки суб'єктів, які тісно взаємодіють між собою. Процеси взаємодії можуть бути офіційними, ринковими, неформальними, географічними та академічними. Взаємодія між суб'єктами туристичних інновацій стає основною ланкою у реалізації функцій туристичної інноваційної системи. Якщо суб'єктів інноваційної діяльності в туризмі розглядати як «вузли», а взаємодію між ними як «зв'язки», то структуру такої системи можна спрощено трактувати як мережу. Такий підхід, однак, дає змогу ефективно розробляти й реалізовувати туристичну політику на локальному та регіональному рівнях.

Туристична інноваційна система має низку унікальних рис у порівнянні з інноваційними системами у виробничій сфері.

1. Ключова роль продуктових і сервісних інновацій. На відміну від виробничої сфери, у туризмі особливу роль відіграють інновації, пов'язані з удосконаленням сервісних процесів, а також продуктові інновації, які зумовлені особливостями процесів проектування, планування і розробки нового туристичного продукту. Вагому роль у сучасному туризмі відіграє також освоєння нових напрямів і видів туристичних подорожей, які самі по собі є інноваційними видами діяльності у сфері послуг. Технологічні інновації, які відіграють основну роль у виробничій сфері, у туризмі мають допоміжне значення як засоби формування сучасної інфраструктури та забезпечення функціонування будівель і споруд, а також транспортних комунікацій. Безумовно, інновації пов'язані з використанням Інтернет-технологій, охоплюють туристичну сферу також досить широко, що формує ще одну відмінність із підприємствами виробничої сфери.

2. Гнучкість і самоорганізація. У системі туристичних інновацій її суб'єкти рідко мають вертикальні ієрархічні взаємозв'язки. Переважно спостерігається взаємодія на горизонтальному рівні. Переважна відсутність тісних довгострокових та стабільних взаємозв'язків зумовлена головним чином формальними або неформальними відносинами, заснованими на обміні

інформацією. Взаємодія між суб'єктами туристичної інноваційної системи, таким чином, має часто стохастичний характер і суттєво залежить від ринкової кон'юнктури. Водночас у виробничих інноваційних системах вертикальні відносини є дуже важливими, серед них домінують тісні зв'язки, такі як активи, контракти на аутсорсинг та стратегічні альянси, а взаємодія між суб'єктами є відносно стабільною.

3. Брак технологічних посередників. Науково-технічні посередницькі установи – організації, що надають спеціалізовані та професійні послуги головним генераторам науково-технічних інновацій. Вони відіграють важливу роль у раціональному розгортанні науково-технічних ресурсів, інтеграції різноманітних професійних знань, сприянні перетворенню науково-технічних досягнень у продукти. Такі посередники досить поширені у виробничій сфері й включають бізнес-інкубатори, центри підвищення продуктивності, консалтингові компанії з питань інновацій, агентства з обслуговування венчурного капіталу тощо. Водночас у туристичній інноваційній системі бракує спеціалізованих технологічних посередників. Основні причини цього полягають у тому, що, по-перше, бар'єри на шляху входу в туристичну індустрію відносно низькі, що зумовлює невисокий попит на посередницькі послуги щодо започаткування підприємницької діяльності у цій сфері; по-друге, інновації у сфері туризму постійно перебувають в процесі концептуалізації та комерціалізації, тобто удосконалення інноваційних продуктів не мусить переривати процеси їх реалізації на ринку та, як правило, виконується персоналом підприємства без залучення консалтингових компаній. На відміну від туризму, у виробничій сфері впровадження інновацій часто означає модернізацію чи заміну обладнання, що неминуче веде до тимчасової зупинки частини виробничих процесів. Окрім цього, зважаючи на просторовий характер туристичної діяльності і її суттєву залежність від ефективності функціонування територіальних громад, багато питань інноваційно-інвестиційного характеру

можуть успішно вирішуватися на місцевому рівні без залучення посередницьких структур.

4. Суттєва роль споживачів. Споживачами продукції туристичних інноваційних систем є переважно туристи. Вони часто є партнерами у цьому напрямі інноваційної діяльності, зокрема щодо питань маркетингового забезпечення та територіального брендингу. У виробничій сфері безпосередні споживачі рідко залучаються до інноваційних процесів, а зворотний зв'язок в системах управління якістю не є настільки тісним, як у туристичній сфері.

У просторовому відношенні й з позицій реалізації регіональної політики у сфері туризму туристичні інноваційні системи можуть трактуватися як рекреаційно-туристичні кластери. Основна відмінна риса кластера – його прикладне спрямування та інституціалізація.

Водночас туристична інноваційна система має унікальні риси й у порівнянні з іншими інноваційними системами у сфері обслуговування.

1. Комплексність. У зв'язку із різностороннім характером туристичної діяльності туристичні інноваційні системи інтегрують значно ширший перелік галузей і сфер, ніж подібні системи в інших складових сфери послуг. Зокрема, до інноваційної діяльності в туристичній сфері залучені виробники туристичного обладнання, торговельні підприємства, рекламні компанії, виставкові організації, науково-освітні заклади тощо.

2. Маркетинговий «симбіоз». Полягає у формування маркетингових мереж, що спрямовані на підвищення ефективності економічної діяльності (туроператори та агентські мережі), а також формування територіальних об'єднань, у тому числі кластерного типу.

Це зумовлене тим, що в туристичному маркетингу загальний імідж та сформований бренд регіону чи дестинації дедалі частіше стають головним результатом маркетингової політики та основним рушієм конкуренції на туристичному ринку. Окрім того, маркетингова мережа також є точкою зв'язку

або платформою взаємодії між попитом та пропозицією, важливим способом для туристичних компаній залучити клієнтів. Тому саме у туристичній сфері переважає формування «симбіотичних» взаємин між суб'єктами економічної діяльності, що ґрунтуються не тільки на функціональних взаємозв'язках, а й на загальній зацікавленості у підвищенні туристичної привабливості ресурсів, що використовуються для залучення туристів.

3. Вища інтенсивність зовнішніх зв'язків. Ця риса туристичної інноваційної системи виявляється в наступних аспектах. По-перше, оскільки туристична діяльність здійснюється передусім на регіональному рівні, компанії туристичного регіону повинні підтримувати співпрацю з підприємствами сфери туризму в регіонах-генераторах туристичних потоків. По-друге, глобальна роль туристичної діяльності зумовлює необхідність туристичним підприємствам та їх об'єднанням брати участь у міжнародних туристичних організаціях та різних формах міжнародної туристичної маркетингової діяльності. По-третє, співпраця в інноваційній сфері у туризмі є загальноприйнятою формою, адже базується на класичній формі функціональних зв'язків між туроператорами й тур агентами, що мають взаємне зацікавлення у зростанні попиту на туристичний продукт.

4. Локалізація. У процесі розвитку туризму дестинації покращують свої туристичні характеристики з точки зору стратегії розвитку, маркетингового іміджу та стратегічного планування відповідно до таких факторів, як місцеві культурні особливості, риси історичного розвитку та характеристики туристичних ресурсів, щоб сформувати унікальний бренд та інноваційні туристичні продукти, отримати конкурентну перевагу на туристичному ринку. Через це інноваційна діяльність в туризмі не може ефективно здійснюватися без урахування регіонального та локального середовища, що сприяє повноцінному врахуванню інтересів місцевих громад та сталому розвитку туристичної сфери.

Туристична інноваційна система регіону є важливою складовою частиною його інноваційної системи загалом. У тих регіонах, де туризм є галуззю

спеціалізації, розвиток туристичної інноваційної системи може стимулювати розвиток інноваційної діяльності в регіональній економіці водночас розвиток регіональних інноваційних систем може також сприяти розвитку туристичних інноваційних систем шляхом формування сприятливого середовища здійснення інноваційної діяльності.

Туристична інноваційна система може також трактуватися як функціональна підсистема регіональної туристичної системи. Однак відмінності між цими системами досить суттєві, що не дає змоги трактувати їх як єдине ціле. Регіональна туристична система підтримує і забезпечує туристичну діяльність в регіоні, базується на елементах попиту та пропозиції й функціонує під впливом туристичних потоків. Водночас туристична інноваційна система регіону зосереджує свою увагу на розробці й впровадженні інновацій, має мережеву структуру та базується на взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності.

Розвиток туризму базується на економічному зростанні, в основі якого лежить оптимізація структури туризму та технологічна, економічна і соціальна трансформація. Туристична інноваційна система тісно пов'язана з розвитком туризму. Відповідно до новітніх теорій економічного зростання, їх рушійною силою є не ресурси та капітал, а технологічний прогрес та інноваційний потенціал. Отже, туристичні інновації є потужною рушійною силою розвитку туризму, а розвиток туристичної сфери підвищує її інноваційний потенціал.

Проміжною ланкою між туристичною інноваційною системою та туристичною сферою, їх просторовим втіленням є туристичні кластери, сутність та типи яких ми детально аналізували у попередніх розділах роботи.

У контексті формування інституційного середовища інноваційного розвитку туризму в регіоні важливо детальніше розглянути питання співвідношення туристичних кластерів з іншими формами просторової організації туристичної діяльності.

Передусім варто розрізняти такі просторові утворення як туристичний

центр (агломерація) та кластер.

Туристичні кластер і агломерація мають суттєві просторові взаємозв'язки, однак функціонально туристична агломерація об'єднує ресурси, об'єкти, інфраструктуру, підприємства, заклади та інші інституції, які безпосередньо здійснюють туристичну діяльність. Своєю чергою, туристичний кластер має на меті об'єднання зусиль ширшого кола суб'єктів, включно з органами державної влади, місцевого самоврядування, громадськими організаціями, закладами освіти та науки тощо. Туристична агломерація (центр), як правило, не мають окремих координаційних органів, а формування туристичної політики здійснюється головним чином під егідою регіональних органів державної влади та місцевого самоврядування.

Фактично туристичний центр в узагальненому сенсі мав би бути зацікавленим в економічному зростанні внаслідок інтенсифікації туристичних потоків. Водночас конкуренція в межах туристичного центру спрямована на внутрішній ринок і не сприяє формуванню цілісної концепції розвитку. З іншого боку, в туристичному кластері інтереси його учасників щодо розвитку цього утворення переважають над питаннями конкурентної боротьби й зумовлюють можливості для досягнення цілей вищого порядку на інноваційній концептуальній основі. Таким чином, перспективною ціллю розвитку туристичного кластера може бути сталий розвиток туризму на його території та підвищення конкурентоспроможності на національному та міжнародному туристичних ринках.

Водночас між туристичним центром та кластером можна окреслити генетичні взаємозв'язки, адже саме на базі розвинених туристичних центрів, а навіть скоріше агломерацій, найбільш ефективно можна сформувати і туристичний кластер. Адже передумовою для його створення має бути інтенсивний розвиток туристичної сфери на визначеній території у межах однієї великої дестинації або об'єднання кількох відносно невеликих. Якщо

туристичний потенціал регіону є досить високим, туристичні потоки в його напрямку інтенсивними, то зацікавленість у сталому розвитку такого регіону з боку суб'єктів туристичної діяльності та інших інституцій закономірно переважає над інтересами конкурентної боротьби на регіональному ринку. Власне у такій ситуації формується, на наш погляд, оптимальний інноваційний потенціал розвитку туристичної сфери в регіоні, який у своїй найвищій формі розвитку може бути представлений формуванням мережі туристичних кластерів, у тому числі транскордонних.

РОЗДІЛ 5

НАПРЯМИ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ

5.1. Агротуристична діяльність як інноваційний чинник соціально-економічного розвитку регіону

Проблема організації й розвитку агротуристичної діяльності в умовах реформування сільських підсобних виробництв є досить актуальною для вітчизняних вчених і практиків. Необхідно вдосконалення наявних і розробка нових підходів, методів і моделей, які б, з одного боку, враховували наявні загальнотеоретичні напрацювання розв'язання даної проблеми, а з іншого – припускали їх практичне застосування в конкретних економічних умовах. Завдання агротуристичної сфери – дати імпульс розвитку окремих сільських поселень, підвищити рівень доходів їхніх жителів, припинити міграційний потік з села в місто шляхом створення додаткових робочих місць, знизити соціальну напруженість на селі шляхом організації нового специфічного сектора місцевої економіки.

Розробка теоретичних та методичних рекомендацій соціально-економічної ефективності розвитку агротуристичної діяльності в процесі реформування сільського господарства є досить новою і тому актуальною темою для вітчизняної економічної науки.

Агротуристична діяльність є доволі новим видом у сільськогосподарській сфері, яка сформувалась в процесі її реформування. Єдиної думки щодо визначення поняття агротуризм поки немає. Проте, воно може бути синтезом різних визначень, прийнятих за кордоном, де відпочинок в сільській місцевості заведено називати агротуризмом, зеленим, сільським туризмом. Існує найбільш повне визначення, розроблене Асоціацією Світового економічного розвитку (СЕР): «Агротуризм – це сектор туристичної галузі, орієнтований на

використання природних, культурно-історичних та інших ресурсів сільської місцевості та її специфіки для створення комплексного туристичного продукту». Визначення Асоціацією СЕР є, на наш погляд, найбільш повним, але незрозуміло, що мається на увазі під іншими ресурсами і їх специфікою [252, с.403].

На нашу думку, агротуристична діяльність регіону (аграрний туризм) – це, з одного боку, вид сільських підсобних виробництв, а з іншого, це сектор туристичної галузі, заснований на використанні ресурсів сільських поселень: економічних, природних та культурно-історичних [137].

Агротуристична діяльність в регіоні передбачає економічні відносини трьох суб'єктів: туристичної фірми, суб'єкта господарювання, який надає агротуристичні послуги, і самого туриста. Специфіка агротуризму, виділяє його серед інших сільських підсобних виробництв тим що це, перш за все, послуга, яка вимагає наявності сільськогосподарських тварин, птиці й рослин, а метою подорожі для туриста є відпочинок, знайомство з сільським життям, сільськогосподарським виробництвом.

Варто виділити наступні фактори розвитку агротуристичної діяльності в регіоні: інфраструктурні, територіальні, виробничі та соціокультурні фактори оцінки агротуристичної привабливості сільських поселень, що дозволяють сформулювати підходи до управління попитом.

На основі цього, нами розроблений алгоритм оцінки агротуристичної привабливості окремих сільських поселень, заснований на виявленні найбільш привабливих аспектів розвитку агротуристичного напрямку, який допоможе сформулювати на початковому етапі діяльності підприємств, що надають послуги агротуризму, попит на власний агротурпродукт (рис. 5.1).

Агротуристична привабливість, на нашу думку, являє собою сукупність матеріально-технічної бази аграрного сектора і наявність багатих ресурсів, які доповнюються етнокультурами, різноманітністю народних свят, звичаїв, ремесел, промислів.

Оцінка агротуристичної привабливості показана наочно в застосуванні до сільського поселення, так і регіону в цілому.



Рис.5.1. Алгоритм оцінки агротуристичної привабливості сільського поселення

Джерело: сформовано на основі [8]

Цей алгоритм дозволяє, базуючись на наявні ресурси конкретного регіону, виявити фактори, що володіють найбільшим ступенем привабливості для туристів. Залежно від цього агротуристичне підприємство повинно визначати власну стратегію і тактику, а також планувати просування агротурпродукту на ринок [8, с.123].

Існують такі різновиди агротуристичної діяльності в регіоні: агротуризм в

безпосередній близькості від великих промислових центрів. У сільських пунктах в безпосередній близькості від промислових центрів агротуристична привабливість складається з таких складових: різноманітність природних ландшафтів; близькість до промислового центру; певна обізнаність потенційних споживачів послуги про стан справ в даному сільському населеному пункті; наявність елементів інфраструктури; задовільна матеріально-технічна база; наявність культурних ресурсів; агротуризм поблизу широко відомих санаторно-курортних зон і місць масових відвідувань туристами тощо [125].

Проведені дослідження показали, що відповідно до наявності агротуристичної привабливості в сільських поселеннях регіону розвиток агротуризму можливий за декількома моделями, а саме: агротуризм як такий; поєднання агротуризму та екотуризму; поєднання агротуризму й етнотуризму, а також поєднання агротуризму, екотуризму та етнотуризму (рис. 5.2).

У процесі дослідження встановлено, що в регіональному вимірі у «чистому» вигляді вони зустрічаються рідко. На нашу думку, агротуризм отримає розвиток в регіоні у поєднанні з іншими формами туризму. Тому, в сучасних економічних умовах розвитку регіонів варто орієнтуватись на основні характерні ознаки представлених моделей.

Агротуристичні підприємства в період своєї діяльності повинні забезпечити необхідні соціально-економічні результати й домогтися сталого розвитку, мати прибуток від результатів господарської діяльності. Визначаючи соціально-економічну ефективність розвитку агротуристичної діяльності в регіоні запропоновано чотири потенційні варіанти її оцінки:

I. Оцінка ефективності з позиції держави: для держави розвиток агротуризму проявляється у збільшенні податкових надходжень від агротуристичної діяльності в регіоні, поліпшенні добробуту і здоров'я громадян, відродження культури малих народностей.

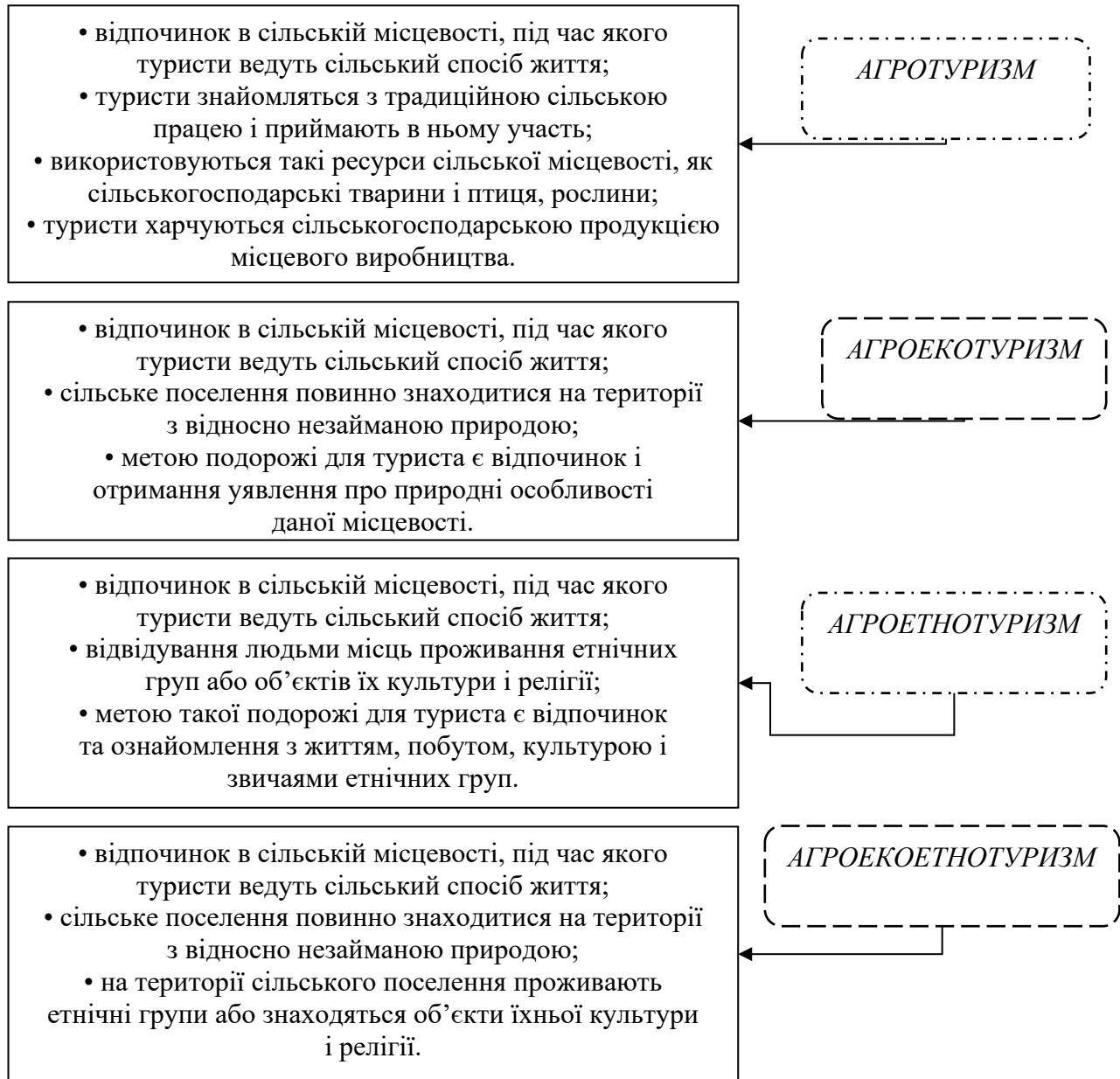


Рис. 5.2. Загальна характеристика моделей агротуристичної діяльності в регіоні. Джерело: сформовано на основі [125]

Сутність економічного змісту агротуризму полягає в тому, що туристи витрачають гроші на території того регіону, в якому вони перебувають. Туристи витрачають гроші на різноманітні товари та послуги. Вони оплачують проживання, харчування, транспорт, засоби зв'язку, розваги, товари роздрібної

торгівлі, послуги турагентств. Таким чином, витрати туристів з інших регіонів становлять собою вклади в економіку регіону, що приймає. Наприклад, туристи з інших країн, подорожуючи по Україні й витрачаючи гроші, зароблені у своїй країні, тим самимкладають їх в економіку нашої країни. Економічний ефект від розвитку туризму багаторівневий. В результаті туристичної діяльності утворюється бюджетний ефект – результат поповнення бюджетів різних рівнів коштом податкових надходжень [166, с.80].

II. Оцінка ефективності з позиції самого суб'єкта господарювання, що надає послуги агротуризму: для суб'єкта господарювання ефективність від агротуристичної діяльності в регіоні проявляється, перш за все, в отриманні додаткового доходу, розширенні виробництва, його диверсифікації.

Розмір прибутку, який необхідно мати будь-якому агротуристичному підприємству, повинен бути достатнім, щоб покривати ризики з управління, забезпечувати засоби для майбутніх інвестицій.

Для оцінки економічної ефективності діяльності агротуристичного підприємства необхідно визначити склад витрат і доходів. Основними статтями витрат для агротуристичних підприємств є: оплата праці з відрахуваннями на соціальні потреби; витрати на надання житла; витрати на організацію харчування; транспортні витрати, які охоплюють оренду будь-якого транспорту (в тому числі авіа), поточний ремонт техніки; оплата віз, ліцензій; амортизація; поточний ремонт та інші [200, с.98].

Серед найважливіших джерел доходу агротуристичного підприємства слід виділити реалізацію наступних послуг: проживання, харчування, документальне оформлення (візи), транспортування (трансферт, надання сільгосптехніки, коней, транспортування вертольотом), організаційні та консультаційні послуги (супровід, перекладач), розваги (екскурсії, прокат сільгосптехніки, кінні прогулянки, наявність бару, більярд, теніс, лазня, сауна, супутникове телебачення, відеопрокат), фото- та відеознімання, продаж різного роду

сувенірів.

III. Оцінка ефективності з позиції жителя сільського поселення: для сільського жителя ефективність від агротуристичного бізнесу проявляється в забезпеченні зайнятості; підтримці соціально незахищених верств населення; поліпшенні утримання житлового фонду; розширенні ринку збуту сільгосппродукції; організації дозвілля та культурно-просвітницької роботи в сільській місцевості.

Ефективність з позиції жителя сільського поселення приймає найбільш яскраву форму соціально-економічної ефективності, висловлює корінні інтереси жителів окремого сільського поселення.

IV. Оцінка ефективності з позиції туриста: для туриста ефективність розвитку агротуристичної діяльності в регіоні проявляється в появі додаткового місця відпочинку, що забезпечує спокійний відпочинок в сільській місцевості, різноманітні природні ландшафти, поліпшення здоров'я.

Виходячи з вищезазначеного нами були виділені найбільш ймовірні організаційно-правові форми розвитку агротуристичної діяльності у регіоні в напрямку забезпечення її соціально-економічної ефективності:

– розвиток агротуризму як одного з видів підсобних виробництв сільськогосподарських підприємств. Сільськогосподарське підприємство саме регулює питання взаємозв'язку ціна-якість, тим самим піклуючись про власний імідж і репутацію. Безумовною перевагою розвитку агротуризму як одного з видів підсобних виробництв сільськогосподарських підприємств є можливість більш масштабного попиту на агротурпродукт. При цьому можливе підвищення доходів підприємства та розвиток інших, супутніх агротуризму, підсобних виробництв [288, с. 29];

– сімейний агротуристичний бізнес є досить перспективним, оскільки вимагає мінімальних витрат. існує два варіанти його розвитку: перший з них - коли сільський житель укладає трудовий договір з турфірмою і береться

приймати відпочивальників у своїй садибі за заздалегідь обумовлену плату; у другому випадку - сільський житель стає індивідуальним підприємцем і укладає з туристичним агентством договір, в якому прописуються права та обов'язки сторін;

– споживчий кооператив з надання агротуристичних послуг.

Ефективність розвитку туризму практично неможлива, якщо не вкладати кошти в розвиток даної галузі (наприклад, реконструкція пам'ятників архітектури, що фінансується коштом державного бюджету, ремонт доріг). Тут поєднуються інтереси туристів, місцевих, регіональних і державних органів влади, а також інтереси місцевого населення [163].

Регіональні та муніципальні органи влади здатні сформувати туристично-привабливий імідж регіону, просунути турпродукт регіону на зовнішній ринок. Довіра з боку агротуристів організаціям, підтримуваним державою, значно вище, відповідно вище попит і дохід підприємств, що займаються агротуристичною діяльністю [231, с.26].

Економічна ефективність від розвитку агротуризму в регіоні досить висока. Основний прибуток підприємства, що надають послуги агротуризму, можуть отримувати шляхом надання додаткових послуг. Найбільш перспективною формою розвитку агротуризму, на нашу думку, є розвиток агротуризму як одного з видів підсобних виробництв сільськогосподарських підприємств. Принципи створення і функціонування агротуризму як одного з видів підсобних виробництв сільськогосподарських підприємств значною мірою відповідають інтересам його учасників: для сільськогосподарського підприємства - отримання додаткового прибутку; для туристів - задоволення потреби в здоровому відпочинку; для жителів окремих сільських поселень - додаткові робочі місця, отримання додаткових коштів від продажу продукції особистих підсобних господарств і т.д.; для органів влади всіх рівнів - додаткові податкові надходження, поліпшення життя громадян.

Таким чином, щоб забезпечити соціально-економічну ефективність розвитку агротуристичної діяльності в регіоні для початку необхідно оцінити ступінь агротуристичної привабливості сільських поселень регіону за допомогою алгоритму оцінки, далі оцінити економічну ефективність розвитку агротуристичної моделі. Для збільшення доходів агротуризму як нового виду сільських підсобних виробництв необхідно розвивати комплекс додаткових послуг, що включають харчування екологічно чистими продуктами; участь в національних святах (Масниця, Великдень, Різдвяні свята та інші); різні екскурсії з можливістю участі, наприклад, в зборі врожаю, догляду за тваринами тощо. Агротуристичне підприємство повинно прагнути до більш повного використання свого майна, для цього необхідно збільшувати попит на агротуристичні послуги за допомогою: підвищення якості сервісного обслуговування (проживання, харчування, інших послуг); розширення сфери додаткових послуг і торгівлі: встановлення системи знижок для групових турів, сезонних знижок.

Агротуризм позиціюється як найменш витратний спосіб поліпшення економічного становища сільських поселень в регіоні, позаяк дозволяє використовувати вже наявні ресурси. Економічний ефект від розвитку туризму багаторівневий. В результаті туристичної діяльності утворюється бюджетний ефект – результат поповнення бюджетів різних рівнів шляхом податкових надходжень.

Отже, агротуристична діяльність створює передумови для перетворення агротуризму у важливий фактор соціально-економічного розвитку аграрного комплексу країни. Вважаємо, що розвиток агротуристичної діяльності в регіоні сприятиме згладжуванню соціальної напруженості в сільських поселеннях регіону.

5.2. Механізми управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні

Впровадження інноваційних технологій виражається в поліпшенні чинних і впровадження нових методів і форм організації виробництва і праці, елементів господарського механізму. Для виробництва туристського продукту необхідно використовувати різноманітні ресурси й відповідну організацію, тобто правильно й ефективно поєднувати живу працю (людський капітал працівників) з речовими елементами виробництва (знаряддя, природні ресурси й предмети праці). З огляду на це запропоновано механізм управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні на основі комплексних експертних оцінок впливу результатів інноваційної діяльності на розвиток самої компанії з урахуванням особливостей виробництва і реалізації багатокomпонентного туристського продукту.

Під час формування механізму управління інноваційною діяльністю в компаніях індустрії туризму в регіоні доцільно визначити ключові критерії ефективності функціонування. На нашу думку, найбільш значущими критеріями вважаються: залучення в інноваційну діяльність; ресурсне забезпечення; комерціалізація результатів; організація інноваційної діяльності. Перераховані критерії переважно належать до якісних характеристик, їх можна використовувати під час формування анкети для проведення експертного опитування з метою визначення ефективності здійснення інноваційної діяльності. У роботі запропоновано умови, що дають змогу визначити результати [61]:

1) критерії залучення в інноваційну діяльність: частка витрат на інновації – частка прибутку від нових продуктів і технологій; ступінь участі у вирішенні завдань за деревом цілей інноваційної стратегії; продуктовий попит інноваційних ідей;

2) критерії ресурсного забезпечення: витрати на залучення – участь у результаті; ризик використання – ефективність результату; ліквідність продукту

– платоспроможність компанії;

3) критерії комерціалізації результатів: терміни окупності – частка ринку; частка повторно використовуваних ресурсів – інформаційна прозорість; приріст виторгу – приріст витрат;

4) критерій організації інноваційної діяльності: інтенсивність взаємодії підрозділів; швидкість експертизи ідеї; глибина проникнення в ланцюжок створення цінності для клієнта [61].

Обробка отриманих результатів опитування дає змогу сформулювати загальну експертну думку і підсумковий висновок альтернативних варіантів інноваційної діяльності, що відповідають позначеним параметрами ефективності. Для цього за всіма елементами позначених критеріїв необхідно розробити комплекс результатів, який піддається зваженій диз'юнкції, що є необхідним для розрахунку й обґрунтування підсумкового критеріального вибору з використанням представленої нижче формули:

$$K = \sum_{i=1}^j \alpha_i * \alpha_j \quad (5.1)$$

де α_i відображає вагу результату; α_j безпосередній результат (так = +1, немає = -1).

За допомогою проведення диз'юнкції визначається інтегральний результат, який виступає критерієм ефективності під час прийняття рішення про вибір альтернативи. У зв'язку із цим доцільно запропонувати типову шкалу рішень, засновану на показниках ступеня схожості думок під час проведення зваженої диз'юнкції. Зазначену шкалу призначено для впорядкування процедури вибору рішень, якщо присутня розбіжність думок опитуваних експертів (табл. 5.1).

**Шкала прийняття рішень щодо інноваційної діяльності в компаніях
індустрії туризму**

Результат	-1	-0,7	+0,7	1
Рішення	неякісне	Необхідна повторна експертиза		Якісне

Розроблено авторами

Запропонована шкала є основою під час проведення заключного етапу процесу щодо забезпечення ефективності інноваційної діяльності в регіоні. Процес прийняття рішення, що дає змогу підвищувати ефективність інноваційної діяльності в компаніях індустрії туризму, можна представити у вигляді сукупності послідовних робіт необхідних (етапів) для реалізації інноваційних проектів (рис. 5.3).

Послідовне якісне виконання всіх етапів за основними елементами інноваційної діяльності дає змогу формувати ефективне підсумкове рішення, що сприяє зростанню конкурентоспроможності роботи компаній регіону і веде до мінімізації витрат під час здійснення комерціалізації інновацій. Під час прийняття рішень керівництвом компаній індустрії туризму слід орієнтуватися на запропоновану шкалу рішень, урахувувати і використовувати описані раніше рекомендації, сформульовані в цілях підвищення ефективності процесів комерціалізації і фінансування інновацій у регіоні.

Запропонована послідовність дій враховує тип комерціалізації, способи фінансування під час прийняття рішень, котрі стосуються питань структури компанії індустрії туризму, що відповідає виконанню завдань, які стоять перед установою під час реалізації інноваційної стратегії. У цілому формується зворотний зв'язок між цілями, що стоять перед компанією індустрії туризму щодо забезпечення ефективності інноваційної діяльності в регіоні, й основними її елементами, що підтримують необхідний рівень ефективності.

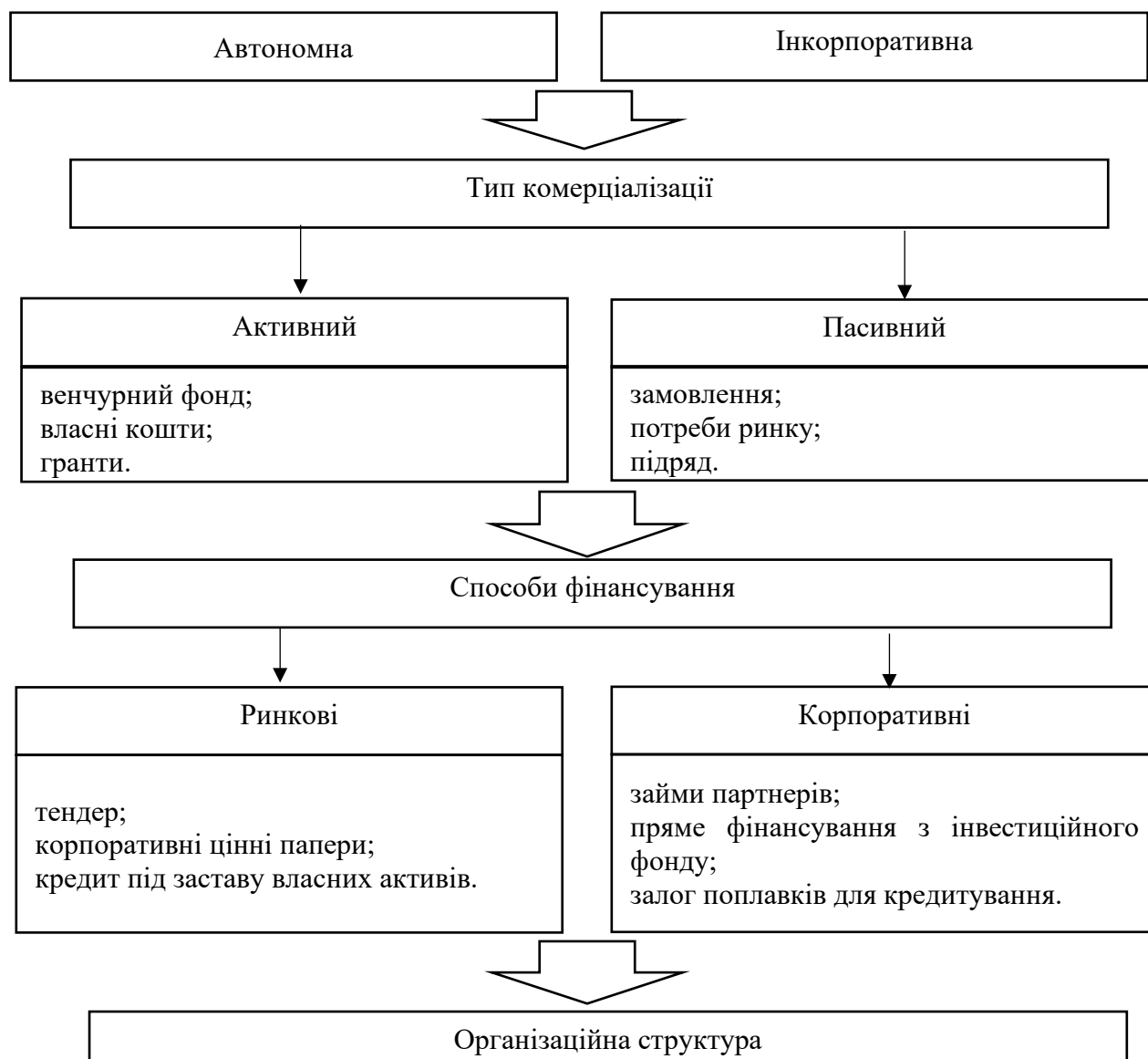


Рис. 5.3. Етапи процесу прийняття рішення із забезпечення структури компаній індустрії туризму при здійсненні інноваційної діяльності в регіоні.

Розроблено авторами

З урахуванням розглянутих критеріїв доцільно розробити механізм управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму на основі комплексних експертних оцінок впливу результатів інноваційної діяльності на розвиток самих компаній.

Для виявлення основних компонентів, зв'язків і принципів дії

вищезгаданого механізму управління варто провести аналіз рівня впливу різних видів та результатів інноваційної діяльності на розвиток компанії індустрії туризму.

У таблиці 5.2 подано зведені дані оцінки рівня впливу результатів інноваційної діяльності на розвиток компанії індустрії туризму, що отримані на основі анкетування керівників декількох таких компаній.

Таблиця 5.2

Оцінка рівня впливу результатів інноваційної діяльності на розвиток компанії індустрії туризму

Результат	Оцінка рівня впливу		
	високий	середній	низький
Оновлення туристських програм за результатами інноваційних проектів	6,4%	7,5%	3,1%
Поліпшення якості туристського процесу	5,0%	31,5%	4,2%
Розширення переліку туристських програм	24,4%	16,6%	1,3%
Збереження традиційних груп споживачів	28,0%	6,5%	5,5%
Залучення нових категорій споживачів:			
в Україні	19,4%	27,8%	9,9%
Закордоном	1,0%	3,9%	4,0%
Підвищення відповідності туристським стандартам і галузевим правилам	9,4%	16,5%	11,6%
Розвиток туристських технологій	14,8%	1,4%	8,6%
Підвищення гнучкості діяльності і внутрішніх процесів взаємодії	4,9%	8,1%	16,1%
Скорочення питомих затрат на розробку тур-продукту	2,5%	6,7%	7,6%
Зниження прямих витрат на підготовку нового тур-продукту	4,2%	16,8%	9,7%
Скорочення витрат на взаємодію між структурними підрозділами	4,8%	19,2%	20,4%
Поліпшення інформаційного середовища	0,2%	7,7%	21,9%
Покращення доступності джерел інформації	4,6%	14,1%	21,7%

Джерело: складено за даними анкетування керівників компаній Агенція мандрів «Мер-Ка-Ба», ТЗОВ «Картель АРМ», ПП «Гелікон» та інші.

Дані таблиці 5.2, ілюструють цікавий феномен – генерування в системі управління компанії індустрії туризму комплексу інноваційних проєктів підвищення ефективності туристичної діяльності. Вказане генерування відбувається з використанням організаційно-економічних методів, тому сукупність проведених при цьому заходів можна назвати організаційно-економічним механізмом управління інноваційною діяльністю компанії індустрії туризму.

Організаційна складова механізму представлена наявністю низки функції управління, серед яких: планування, організація, розроблення і прийняття рішень, координація спільних дій, контроль, регулювання.

Своєю чергою, економічна складова полягає в залученні фінансування для реалізації інновацій на підприємствах індустрії туризму та в обґрунтуванні пов'язаних з цим витрат, у створенні певних економічних умов всередині компанії для одержання ринково значущих результатів, в оцінці економічної ефективності інноваційної діяльності, різних проєктів.

Різноманіття чинників, що впливають на ефективність управління інноваційною діяльністю в компанії індустрії туризму, передбачає необхідність їх конкретизації, систематизації й формалізації. Рішення даних завдань доцільно проводити за універсальною для всіх компаній схемою, яку представлено на рис. 5.4.

З використанням запропонованої послідовності дій і на основі результатів опитування сформовано схематичну модель організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю регіону з урахуванням специфіки компаній індустрії туризму.

Як інструмент розроблення і реалізації керівних впливів у системі управління інноваційною діяльністю в механізмі використовується інноваційний контролінг як сукупність методів і прийомів аналізу результативності інноваційної діяльності регіону (рис. 5.5).

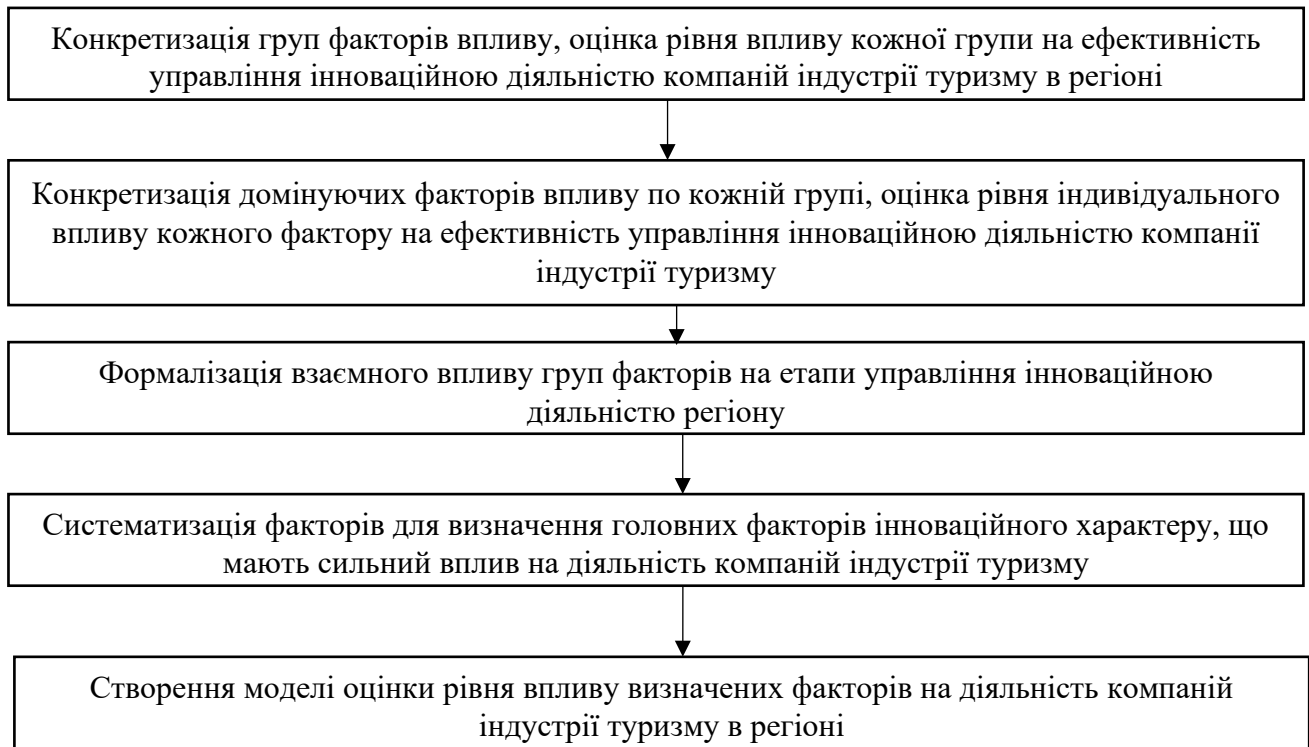


Рис. 5.4. Етапи створення моделі оцінки ступеня впливу різних факторів на ефективність інноваційної діяльності компаній індустрії туризму в регіоні.

Розроблено авторами

З рис. 5.5 можна зробити висновок про двоїстість інноваційного контролінгу в процесі управління інноваційною діяльністю в компаніях індустрії туризму в регіоні. З одного боку, всі заходи в рамках інноваційної діяльності, спрямовані на одержання конкретних результатів, забезпечуються певною кількістю кінцевих ресурсів, що дає змогу розбити інноваційну діяльність у регіоні на окремі проекти без прив'язки до конкретних підрозділів, але вимірювати ефективність цих проектів за комплексом чітко прив'язаних до проекту параметрів контролінгу.

З іншого боку, компанії індустрії туризму в регіоні реалізують інноваційну діяльність згідно зі своїми стратегічними цілями, вимогами ринку праці та наявністю дозвільних документів, що припускає необхідність комплексної інтегральної оцінки ефективності управління інноваційною діяльністю в

масштабі всієї компанії з використанням універсальних інструментів аналізу ефективності в рамках інноваційного контролінгу.

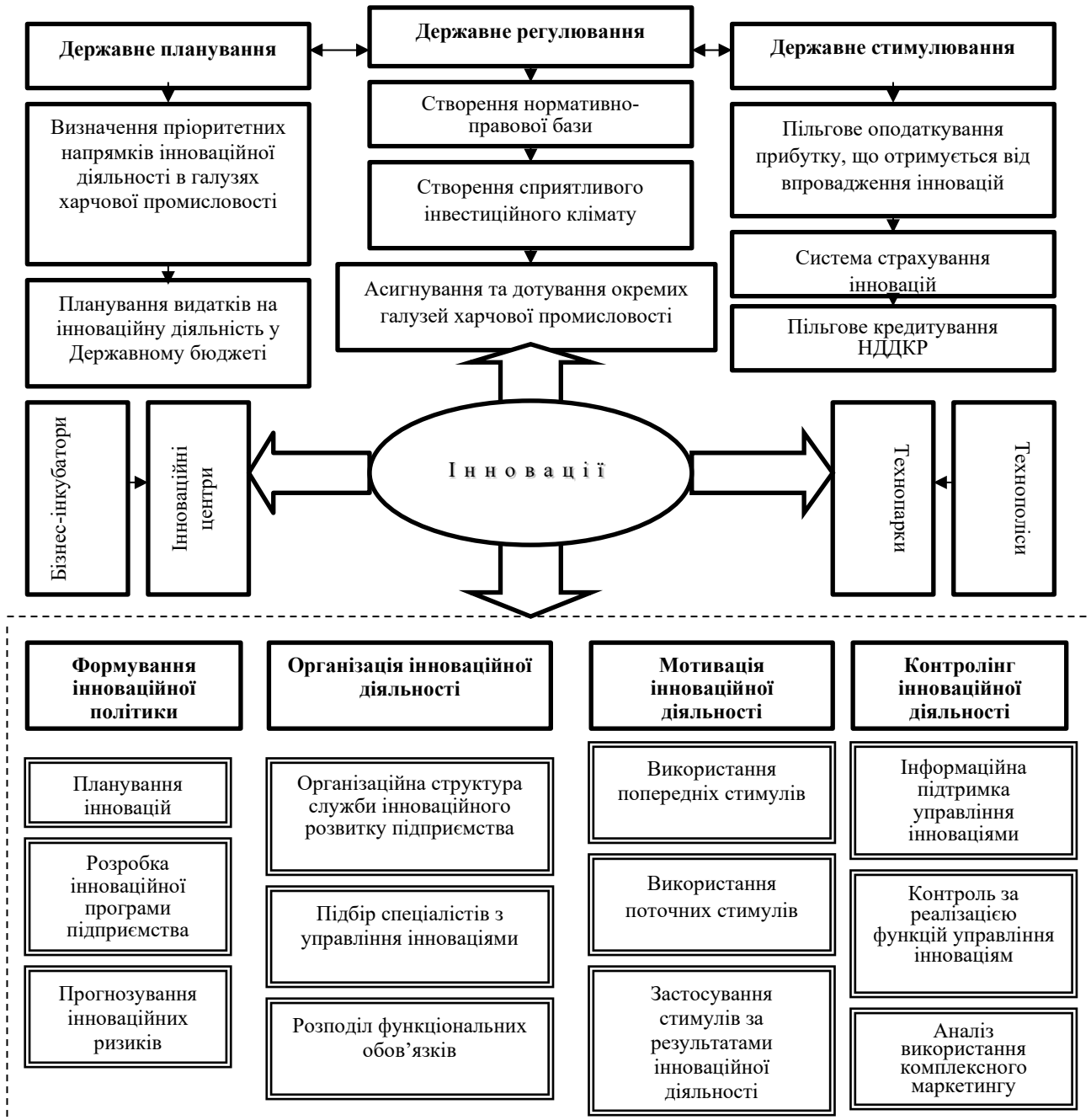
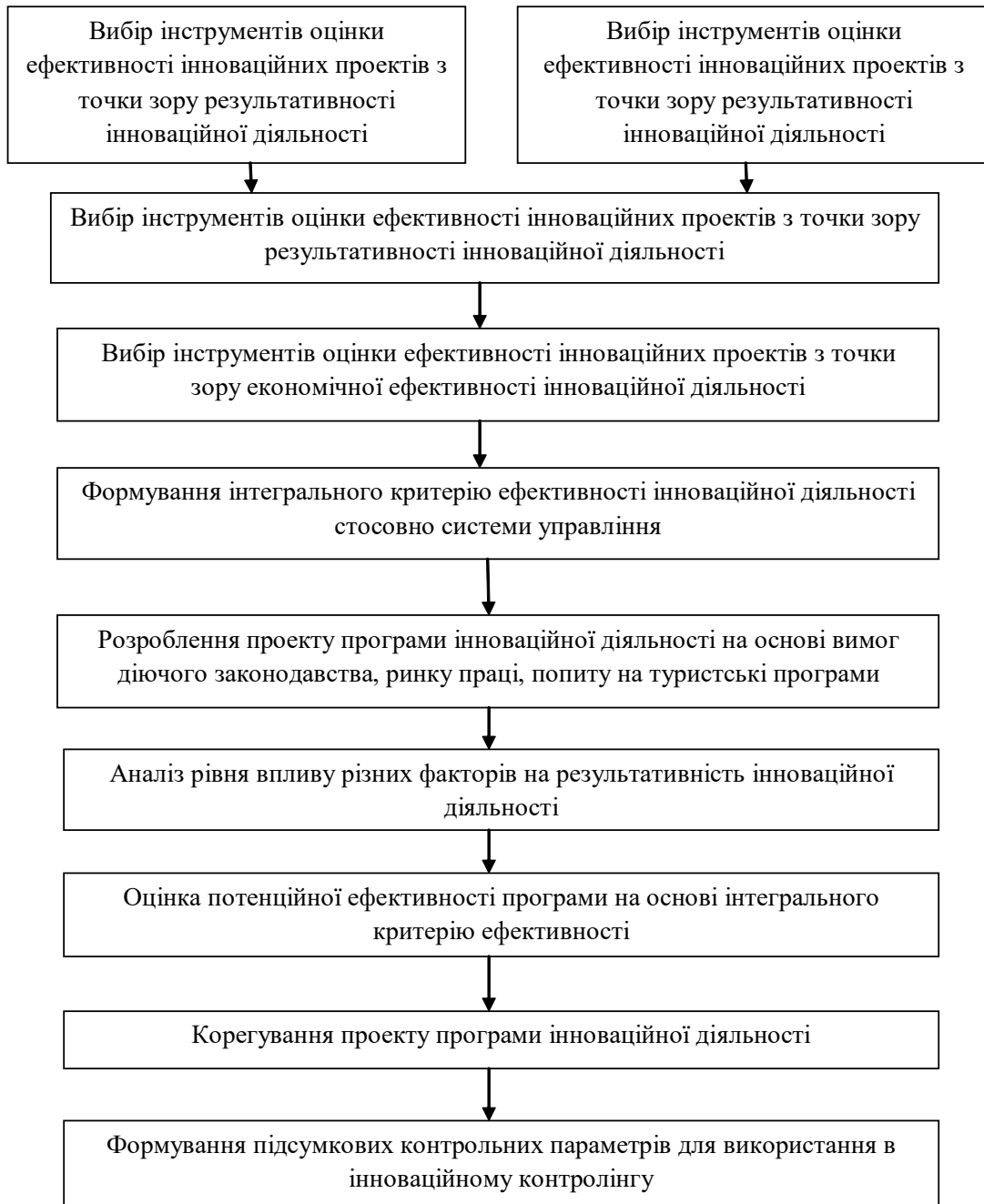


Рис. 5.5. Механізм управління інноваційною діяльністю регіону.

Розроблено авторами

З урахуванням зазначених обставин у механізм управління інноваційною діяльністю в регіоні доцільно включити підмеханізм інноваційного контролінгу

(рис 5.6) [47].



*Рис 5.6. Принципова схема підмеханізму інноваційного контролінгу в компанії
індустрії туризму.*

Джерело: [47]

На відміну від наявних підходів до управління ефективністю інноваційної

діяльності в компаніях індустрії туризму в регіоні запропонований механізм передбачає матричний підхід до оцінки ефективності, що дає змогу провести декомпозицію ефективності за двома напрямками оцінки (результативність і економічний ефект) і за трьома критеріальними базами (законодавство, галузевий ринок, потреби споживачів).

Під час здійснення прогнозування інноваційної діяльності виділяють кілька етапів, що відрізняються переважно за програмними цілями, використовуваною інформацією і застосовуваними методами.

Здебільшого розглядають три етапи. Перший визначають як генетичний, пошуковий, дослідницький. Другий позначають як цільовий, що забезпечує результати під час проведення пошуку оптимальних шляхів за здійснення впливу на різні умови розвитку прогнозованого об'єкта. Деякі дослідники другий етап називають нормативним. Завершальний, третій, етап спрямований на зрівняння перших двох етапів і передбачає вибір оптимального варіанту щодо узгодження наявних ресурсів регіону і необхідних соціально-економічних, а також екологічних результатів їх застосування. У рамках кожного етапу прогнозування доцільно запропонувати деякі стадії [125]:

1. Першу стадію можна позначити як аналітичну, призначену для забезпечення прогнозистів за можливості більш повною інформацією, що характеризує об'єкти прогнозування, надання дослідникам надійного методичного інструментарію. Розглянута стадія включає здійснення інтелектуальної роботи дослідників різних спеціальностей, серед яких – економічні, управлінські, маркетингові, соціологічні, природничі науки, технічні. На аналітичній стадії виділяють п'ять найбільш значущих напрямів:

- проведення аналізу науково-технічного потенціалу виробництва і різноманітних систем;
- дослідження науково-технологічних можливостей;
- дослідження ресурсів;

- дослідження інновацій у сфері маркетингу;
- дослідження мотивації.

2. Друга стадія позначається як методична, призначена для надання фахівцям із прогнозування сучасного інструментарію складання прогнозів, що включає основні досягнення науки й практики й забезпечує підвищення вірогідності та ступеня ймовірності виправдання прогнозів розвитку регіону. Досвід розроблення прогнозів дає змогу зробити висновок, що науковий характер, рівень активності та реалістичності розроблюваних прогнозів деякою мірою залежать від знання законів і закономірностей, обізнаності про чинники й специфічних умов розвитку прогнозованих об'єктів регіону. Під час проведення прогнозування слід урахувати методологічні положення, що спираються на наукові дослідження і підтверджені практичною діяльністю в регіонах:

- майбутнє формується під впливом процесів, що протікають;
- необхідно враховувати взаємозв'язок між минулими, нинішніми й майбутніми процесами;
- майбутнє формується під впливом певних закономірностей, але при цьому залишається невизначеним і різноманітним;
- на розвиток прогнозованого об'єкта впливають об'єктивні чинники, але при цьому сила впливу трансформується внаслідок дії суб'єктивних моментів.

Означені положення допомагають під час формування наукового підходу до здійснення прогнозування науково-технологічного прогресу (НТП), що являє собою сукупність низки послідовних операцій:

- дослідження й аналіз етапів НТП, огляд досягнень у сфері техніки й технологій;
- виявлення закономірностей протікання НТП та його складових процесів;
- формулювання найбільш ймовірних тенденцій у науковому та

техніко-технологічному процесам, виділення і побудова їх взаємозв'язків;

- визначення чинників та умов, що впливають на їх прояв;
- прогнозування ключових наукових, виробничих процесів науково-технічного прогресу та їх елементів;
- прогнозування й оцінка підсумкових спільних соціально-економічних і екологічних результатів та наслідків, очікуваних від реалізації вибраного варіанту.

3. Програмна стадія визначає напрями досягнення поставлених цілей інноваційної діяльності виробництва, виявляє інноваційні чинники, що впливають на його оновлення. Третя стадія заснована на виконанні окремих послідовних операцій, що характеризуються різноманітною спрямованістю підходів до досягнення єдиних цілей прогнозування:

- заходи, які уточнюють і конкретизують цілі науково-технічних змін у виробництві, що складаються з двох-трьох варіантів;
- операції, спрямовані на визначення цілей для кожного варіанту техніко-технологічного розвитку (один-два варіанти);
- операції, що оцінюють науково-технологічний потенціал виробничої системи, шляхи її розвитку, можливості використання для модернізації технологічних цілей;
- заходи щодо створення моделі, що показує процес досягнення мети (для різних варіантів);
- дії з виявлення альтернативних способів, вибір найбільш слушних варіантів для розв'язання інноваційних проблем.

Виконання зазначених операцій можливо як послідовно, так і паралельно-послідовно.

4. Ресурсно-організаційна стадія спрямована на формування і виявлення можливих варіантів розподілу ресурсів, створення необхідних організаційно-технічних, мотиваційних та інших умов, які дають змогу досягти цілей, науково-

технологічне оновлення виробничої системи. Дана стадія передбачає здійснення найважливіших операцій із досягнення науково-технологічного прогресу і вибір найбільш значущих напрямів.

Дослідники, виходячи зі стану соціально-економічної системи, виділяють різні технології й способи прогнозування, які здебільшого доповнюють один одного. Загалом прогнози інноваційної діяльності класифікують за трьома нижче представленими параметрами:

- часовий період (коротко-, середньо- і довгострокові);
- застосовувані методи (експертне опитування, екстраполяція, моделі, дедукція);
- змістовний аспект (соціально-економічний, природно науковий).

Використання наукового підходу до проведення прогнозування інноваційної діяльності підвищує реалістичність одержаних результатів на відміну від використання необґрунтованих передбачень, припущень, передбачення можливих подій.

У сучасній економічній науці активно розвивається нова парадигма проведення прогнозування НТП, що базується на використанні теорії циклів під час прогнозування розвитку НТП, що враховує такий момент: присутність довгої хвилі винахідницької активності, яка відрізняється нерівномірністю по окремих галузях; інноваційна діяльність характеризується циклічністю, необхідне створення кластерів для розвитку базисних нововведень; спостерігається періодичність оновлення поколінь і напрям техніки у сфері її виробництва і застосування [125].

Теорія циклів науково пояснює специфіку динамічного розвитку різних нововведень (технічних, технологічних, у сфері організації роботи й виробництві, й сфері створення винаходів), перебіг трансформаційних процесів, формування і зміну технологічних укладів у економічній системі. Таким чином, під час прогнозування НТП особливу увагу слід приділяти дослідженню різних

інноваційних циклів, наявних технологічних укладів і створюваних на основі цього науково-технічних рівнів відтворення та забезпечення потреб окремих груп (у сфері харчування, турботи про фізичне і моральне здоров'я населення, охорони навколишнього середовища і т. д.).

Теорія циклів акцентує на тимчасовому аспекті прогнозування. Виділяють три методи ідентифікації часових періодів прогнозування НТП. Перші два методи базуються на інерційних аспектах у розвитку господарської системи. Під час використання першого методу формується експертний прогноз, що базується на стабільному розвитку тенденцій, тобто даний прогноз відрізняється стабільністю тенденцій. Другий метод характеризується як статистичний, визначає величину помилок прогнозу, яка пропорційна його тимчасовому періоду. Третій метод ґрунтується на положенні, згідно з яким можна виділити межу тимчасового періоду, у разі настання якого на прогнозні результати не впливають ретроспективні значення ключових показників протікання НТП і використовуваного методу його управління, при цьому ефект від реалізації різних варіантів порівнюється. Прогнозування на короткий часовий проміжок обмежує число можливих альтернатив.

Циклічний характер розвитку базових науково-виробничих процесів призводить до більш об'єктивних критеріїв виявлення прогнозного періоду. До їх числа відносять тривалість різних інноваційних циклів і позицію прогнозованого об'єкта на побудові кривої циклу. Слід зазначити переваги використовуваного підходу: виявлення зумовленої нерівномірності в динаміці; облік об'єктивних чинників і їх взаємодія розвивається циклічно; підвищення реалістичності прогнозів; формування прогнозування як безперервного й гнучкого процесу; децентралізація під час здійснення прогнозування; врахування потреб ринку.

У процесі проведення прогнозування слід цілком виразно розуміти форми розвитку НТП, а також їх взаємозв'язок зі створенням кінцевої споживчої

вартості. Розгляд великої кількості неоднорідних форм прояву НТП в економічній сфері дав змогу сформулювати такі висновки:

- форми являють собою результати одного або декількох видів творчої та інноваційної діяльності;
- нововведення, що входять у склад виробництва, є частиною окремих елементів виробничих систем або організаційно-економічного механізму, впливаючи на них і змінюючи.

Рівень радикальності інноваційного впливу на регіон визначається кількома моментами:

- продуктивні сили регіону;
- ступінь новизни й перетворювальна критична маса;
- швидкість упровадження в різні сфери можливого застосування;
- накопичений досвід і досягнення НТП у цілому утворюють основну значущу частину потенціалу;
- переважна частина нововведень виступає результатом специфічних науково-виробничих процесів, етапи й елементи яких можуть протікати спільно в одній або кількох виробничих системах. Зв'язки між системами будуть різними виходячи з рівнів і кількості систем. На рівні корпорації стадії поєднуються, відбуваються безперервні процеси в індустрії туризму нововведень. Протилежна ситуація зв'язку забезпечуються за допомогою ринкової інфраструктури регіону, тривалість науково-технічного процесу збільшується;
- нововведення значно відрізняються та перетворюють виробництво.

Ознакою найбільш значущого нововведення в регіоні є наявність приналежності до одного з ключових видів ресурсів виробництва: засоби праці, енергія, людські та організаційно-управлінські ресурси.

Управління інноваційною діяльністю передбачає прийняття рішень щодо розподілу і перерозподілу цих ресурсів. За природою та з врахуванням умови використання ресурси розділяють на поновлювані та неоновлювані.

Непоновлювані ресурси (час, енергія, матеріали, сировина, паливо, грошові кошти) витрачаються в ході інноваційної діяльності на виконання запланованих інноваційним проєктом робіт, змінюють свою натуральну форму та не допускають повторного використання. Потребу інноваційної діяльності в такого роду ресурсах можна описати функцією $c_{ij}(x_{ij})$. Ця функція визначає кількість ресурсу, який необхідний для виконання роботи (i, j) за час t_{ij} і може задаватися аналітично або у вигляді дискретних послідовностей. В останньому випадку кожному виконанню роботи співвідносять з двома функціями $c_{ij}(x_{ij})$ і $t_{ij}(x_{ij})$, де x_{ij} - варіант виконання роботи (i, j) , а $c_{ij}(x_{ij})$ – потреба в ресурсі для виконання роботи за час $t_{ij}(x_{ij})$.

Варто зазначити, що зазвичай в реальних умовах прискорення проведення роботи (зменшення t_{ij}) обумовлює збільшення витрат іншого ресурсу (збільшенням $c_{ij}(x_{ij})$).

Поновлювані ресурси (наприклад, виробничі потужності, трудові ресурси, різні машини й механізми, автоматизовані робочі місця в органах управління) в процесі реалізації інноваційного проєкту не витрачаються, а самі чи у поєднанні з іншими ресурсами продукують певний витратний фактор (людинодні, машинозміни й т.д.). Неповне використання поновлюваних ресурсів протягом певного часу спричиняє втрату витратного фактора у кількості рівноцінній тій, що продукується за цей час. На противагу цьому непоновлювані ресурси, які не використовувались в певний момент часу, можуть бути використані в більш пізні моменти інноваційної діяльності.

Потребу окремої роботи інноваційного проєкту в поновлюваному ресурсі характеризують інтенсивністю споживання ресурсу z_j за одиницю часу (кількість ресурсу, що використовується в кожен момент часу виконання роботи (i, j)) і часом споживання.

Важливим параметром, що характеризує певну роботу є її обсяг $q_{ij} = t_{ij} z_{ij}$. Якщо відсутня залежність обсягу роботи від інтенсивності споживання ресурсу,

то $t_{ij} = q_{ij} / z_{ij}$. В загальному випадку t_{ij} можна виразити функцією інтенсивності споживання ресурсу $s_{ij}(z_{ij})$. Варто зазначити, що величина z_j може бути як безперервною, так і приймати тільки дискретні значення. В останньому випадку z_j це кількість виконавців (людей, номерів, плит і т.п.), що залучаються для виконання роботи (i, j) . Така ситуація є типовою при управлінні інноваційною діяльністю.

Вирішення завдань ресурсно-часової оптимізації має передбачати можливість використання одного або кількох видів ресурсів як поновлюваних, так і непоновлюваних для виконання певної роботи. Крім того, слід враховувати додаткові обмеження у використанні ресурсів, що обумовлені переміщенням ресурсів в ході виконання робіт, одночасним використанням та графіками надходження ресурсів.

Залежно від обраної цільової функції (критерію оптимізації) завдання оптимізації можна розділити на два типи:

- завдання, що передбачають мінімізацію (або відхилення від певного значення) часу виконання робіт при заданих кількості й типу ресурсів;
- завдання, що передбачають мінімізацію кількості ресурсів, необхідних для виконання запланованих робіт в заданий період часу.

Вирішення окреслених завдань передбачає вибір певних засобів, інструментів та алгоритмів виконання заходів для досягнення основних цілей інноваційної діяльності. Це здійснюється з використанням спеціальних наукових методів, способів, принципів або рекомендацій, тому такий підхід вирішення завдань можна назвати науковим. Перевага наукового підходу полягає у:

- використанні методів моделювання, які дозволяють розширити сферу кількісного аналізу для прийняття рішень та врахувати достатню кількість істотних параметрів;
- впорядкуванні процесу управління інноваційною діяльністю шляхом формування системи чіткого збору, перетворення і коригування інформації.

З'являється можливість більш повного використання знань і даних, що містяться в моделях, експертних системах, базах, методиках і рекомендаціях з попередніх досліджень. Це, до певної міри, дозволяє усунути помилки, які пов'язані з недоглядом при врахуванні якої-небудь важливої інформації;

– формалізації більшості розрахунково-аналітичних завдань планування та управління, і як наслідок, можливості застосування засобів автоматизації для підвищення оперативності й точності розрахунків та скорочення потреби у кваліфікованих фахівцях і витратах праці.

Окрім того, вищезгаданий підхід сприяє керівникам компаній індустрії туризму та адміністрації туристичних території у сприйнятті й осмисленні багатофакторної інформації в масштабах всієї інфраструктури або ресурсів підвищуючи ступінь об'єктивності та обґрунтованості висновків і рекомендацій, створюючи сприятливі умови для систематичного продукування якісних рішень з управління інноваційною діяльністю в будь-яких умовах.

Переваги наукового підходу до управління інноваційною діяльністю є значущими, однак вони сильно залежать від рівня розвитку і якості наявного методичного апарату управління. На жаль, в індустрії туризму методичний апарат управління досі є недосконалим. Відомі моделі ресурсно-часової оптимізації не дозволяють з необхідною точністю врахувати різноманіття ресурсів необхідних для реалізації проєкту в масштабах території, об'ємно-часові характеристики надходження ресурсів з різних джерел, залежності термінів виконання певних робіт від кількісно-якісних характеристик залучених ресурсів, впливу випадкових факторів на тривалість заходів та взаємодію різних суб'єктів індустрії туризму.

Закономірності вирішення окреслених завдань розроблені лише для окремих випадків, що обмежує можливості формалізації задач управління інноваційною діяльністю і, як наслідок, можливості забезпечення необхідної якості управління інноваційним процесом в масштабах регіону.

Ретельний аналіз ресурсного забезпечення інноваційної діяльності туристичної галузі має враховувати низку особливостей. Серед них можна виокремити: лавинний ефект прибутку отриманого від поширення нових продуктів чи технологій, доволі значні вимоги до професійного та інтелектуального рівня туристів, зменшення витрат на впровадження нового продукту, відсутність кордонів при реалізації інновацій, доступність набору інструментів інноваційного проекту, нелінійне ціноутворення.

У дослідженнях методології управління інноваційною діяльністю, де її використовують як результативний інструментарій управління і планування складних економічних процесів, системний аналіз і вибір методу ресурсного забезпечення інноваційної діяльності в індустрії туризму часто розглядають як самостійний проєкт. При цьому, методом управління слугує проєктний підхід.

Для компанії індустрії туризму, яка провадить інноваційну діяльність, ефект від використання такого підходу полягає у високому рівні впевненості, обумовлену правильно обраною інноваційною стратегією, проведеним аналізом можливих варіантів вирішення поставлених завдань, визначеним набором необхідних декомпозицій, обліком ризику, який виключає вільний характер розвитку.

Крім того, такий підхід передбачає формування команди проєкту, що зосереджена на одній меті. При цьому розподіляється відповідальність за результати виконання етапів проєкту та зростає загальна мотивація співробітників. Методологія управління проєктами дає змогу накопичувати неоціненний досвід. Цей досвід формалізований і структурований у вигляді різних кейсів і баз знань, своєю чергою, може накопичуватися з використанням інформаційних систем і бути використаний для реалізації подібних проєктів у майбутньому.

Ґрунтуючись на різних схемах ресурсного забезпечення інноваційної діяльності в компаніях індустрії туризму сформульовано ряд методологічних і

практичних рекомендацій. Наприклад, необхідно враховувати особливості інноваційної діяльності в індустрії туризму.

Зокрема, варто розуміти, що в індустрії туризму, як правило, створюється масовий продукт з низькою питомою вартістю розробки та невеликим терміном розробки. Це обумовлено високою конкуренцією і коротким циклом виготовлення такого продукту. Останній, своєю чергою, дозволяє доповнити перелік ефективних форм ресурсного забезпечення формами короткострокового фінансування.

Крім того, інвесторів і кредиторів залучених до процесу ресурсного забезпечення інноваційної діяльності в компаніях індустрії туризму, доцільно розглядати не лише як джерел ресурсів, але і як зовнішніх консультантів з питань оцінки інвестиційної та комерційної привабливості розробки (нового продукту).

Як основні форми ресурсного забезпечення інноваційної діяльності в індустрії туризму вибрано проєктне фінансування, спільну участь, муніципально-приватне партнерство та банківське кредитування, оскільки вони сприяють використанню гнучких методів і джерел ресурсів для кожного нового продукту чи технології.

Так, наявність ресурсного забезпечення у формі муніципально-приватного партнерства передбачає комплексний підхід до визначення цілей забезпечення. При формі проєктного фінансування передбачається використання значної кількості методів. Банківське кредитування характеризується широким вибором об'єктів, а спільна участь обумовлює жорсткі вимоги до нового продукту. Водночас і традиційні джерела ресурсів виступають складовою частиною інноваційної діяльності. Вибір джерел ресурсного забезпечення інноваційної діяльності ґрунтується на ретельному дослідженні питань маркетингу (маркетингові дослідження, організація збуту, просування нових продуктів і технологій).

Проведено дослідження з формування єдиної концепції ресурсного

забезпечення інноваційної діяльності компаній індустрії туризму. З цією метою запропоновано предмет дослідження представити системою з фіксованим набором параметрів, а його властивості конкретизувати застосовуючи відомі методи системного аналізу. За такого підходу ресурсне забезпечення інноваційної діяльності це взаємозв'язок низки чинників, а саме:

- джерел ресурсного забезпечення;
- форм взаємодії з інвесторами й кредиторами;
- особливостей впровадження і просування нових продуктів і технологій;
- ризиків інноваційної діяльності;
- технологічного маркетингу;
- управління проектами.

Модель якісного ресурсного забезпечення інноваційної діяльності має дискретний характер. Критерієм ефективності у цій моделі слугує економія залучених ресурсів на кожному етапі забезпечення за трьома напрямками:

- економія шляхом зменшення втрат обумовлених несвоєчасним наданням ресурсів;
- економія шляхом зменшення втрат спричинених вибором нераціонального джерела ресурсів;
- економія шляхом зменшення втрат через некоректне управління стратегічними й оперативними ризиками.

Аналіз різних варіантів ресурсного забезпечення інноваційної діяльності з метою їх адаптації в індустрії туризму, показав, що наявні підходи до ресурсного забезпечення інноваційної діяльності не враховують особливостей туристичного ринку і часто не вирішують завдань підвищення ефективності комерціалізації результатів інноваційної діяльності (рис 5.7). На нашу думку, належна комерціалізація результатів інноваційної діяльності та деякі аспекти технологічного маркетингу пов'язані з розширенням технологічного обміну є

пріоритетними маркерами у виборі джерел ресурсного забезпечення інноваційної діяльності.

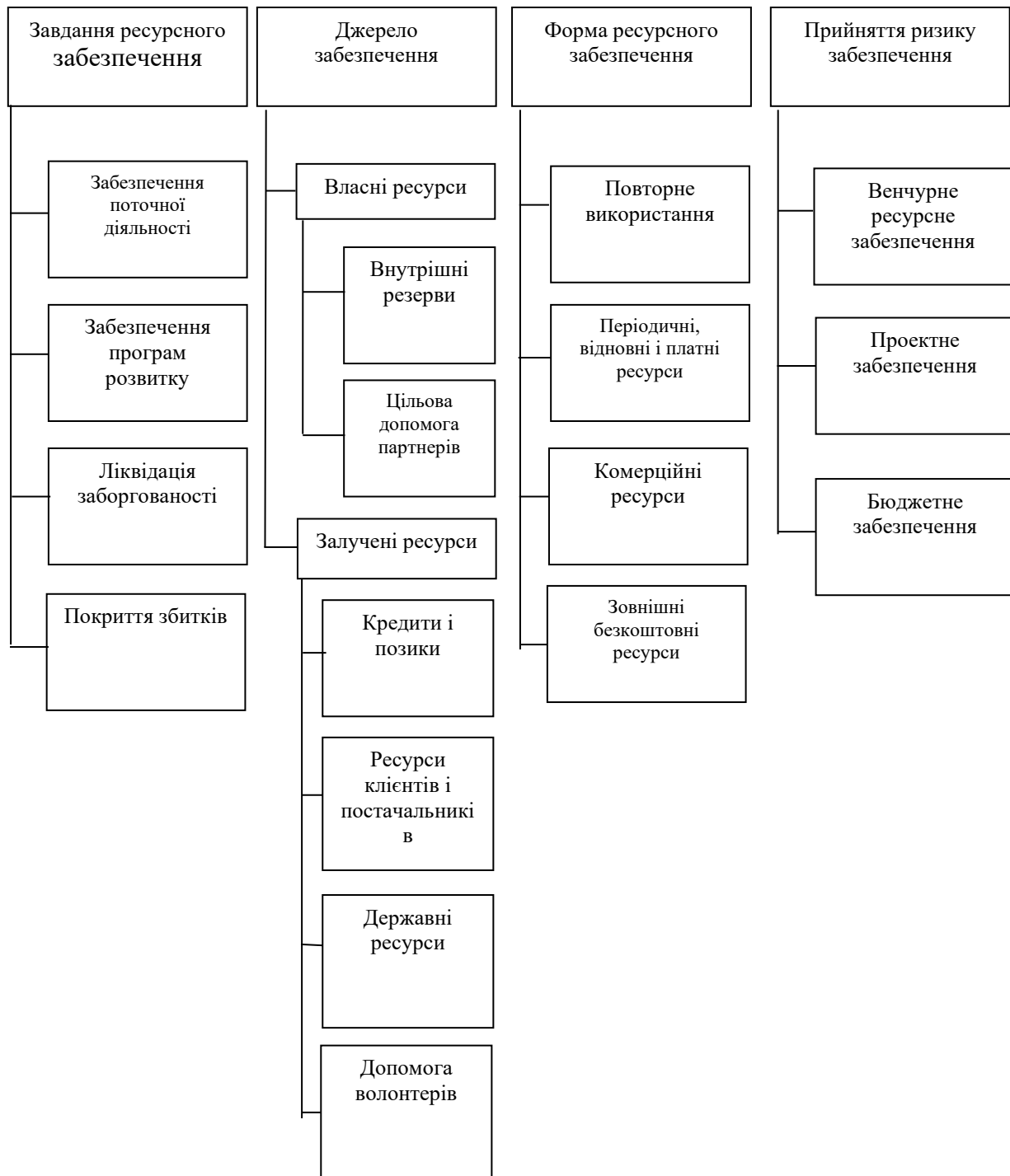


Рис 5.7. Базові класифікаційні ознаки ресурсного забезпечення інноваційної діяльності. Розроблено авторами

При побудові економічної моделі підвищення якості ресурсного забезпечення інноваційної діяльності в компанії індустрії туризму ресурсне забезпечення інноваційної діяльності розглядають як багато параметричну систему. В межах цієї системи мають бути якісно вирішені ряд завдань, серед яких варто виокремити побудову графіку ресурсного забезпечення за всіма видами ресурсів, що сприятиме підвищенню результативності інноваційної діяльності.

Для вирішення цього завдання пропонуємо використовувати функцію, в якій основним критерієм якості є величина економії ресурсів шляхом підвищення своєчасності ресурсного забезпечення з найбільш адекватного джерела ресурсів при коректному обліку прийнятих ризиків.

Згадана функція це дискретна послідовність варіантів ресурсного забезпечення. Кожен з цих варіантів дозволяє забезпечити мінімальний обсяг втрат за розглянутими вище параметрами. Загальний графік ресурсного забезпечення, що забезпечує найкращу якість, має такий вигляд:

$$\Delta p = \sum_{t=0}^T \sum_{r=l}^R \Delta r(t) \quad (5.2)$$

де

Δp – сукупна величина економії ресурсів в межах цілого графіку ресурсного забезпечення за всіма видами ресурсів;

T – кількість періодів фінансування інноваційної діяльності;

R – кількість видів ресурсів, задіяних в інноваційній діяльності;

$\Delta_r(t)$ – найкращий варіант ресурсного забезпечення певним ресурсом заданого завдання інноваційної діяльності. Згаданий варіант можна визначити за формулою:

$$\Delta r(t) = (\Delta_r^r(t) + \Delta_r^p(t) + \Delta_r^d(t)) \rightarrow \max$$

де

$\Delta_r^r(t)$ – економія ресурсів за рахунок підвищення своєчасності забезпечення.

Вона досягається шляхом скорочення кількості та розміру ресурсних розривів, що створюють потребу швидкої мобілізації дорогих короткострокових ресурсів.

$\Delta_r^p(t)$ – економія ресурсів за рахунок зниження втрат через нераціональне джерело ресурсів - передбачає, що в кожен момент реалізації інновації ресурсне забезпечення здійснюється шляхом використання найдоступніших джерел. Якщо таких ресурсів недостатньо, то недолік покривається з наступного за розміром витрат джерела.

$\Delta_r^d(t)$ – економія ресурсів за рахунок зниження розмірів шкоди, спричиненої некоректним урахуванням ризиків. Таку економію можна отримати шляхом вибору такого варіанту ресурсного забезпечення, при якому досягається прийнятний розмір можливого збитку. Якщо ризик розрахувати важко, найбільш адекватним буде венчурний підхід до ресурсного забезпечення. При такому перебігу подій у початковий період всі ризики вважаються прийнятими. Якщо є можливість розрахувати ймовірний збиток від найістотніших ризиків, то найдоцільнішим є проектний підхід ресурсного забезпечення, при якому ведеться управління всіма ризиками, що підлягають розрахунку. У випадку, при якому більшість джерел ризиків ліквідовані ще до початку інноваційної діяльності, найбільш перспективною є бюджетна форма ресурсного забезпечення.

Якщо ресурсне забезпечення є якісним, то конкурентоспроможність результатів інноваційної діяльності зростає внаслідок зниження загальних ресурсних втрат. Це, своєю чергою, приведе до підвищення ефективності комерціалізації результатів інноваційної діяльності та до підвищення ефективності ресурсного забезпечення інноваційної діяльності в компанії індустрії туризму.

Таким чином, на основі вищезазначеного можна схарактеризувати інноваційну діяльність у регіоні як сукупність взаємозалежних науково-виробничих процесів, які призводять до появи, формування і використання системи нововведень у цілях проведення радикального оновлення виробничої системи території, що відбивається на життєдіяльності людини. Таким чином, прогнозування інноваційної діяльності не слід відносити виключно до прогнозування тільки науково-технічних змін виробничої системи та суб'єктів господарювання, а також до прогнозування лише технічного і технологічного розвитку регіону.

5.3. Концептуальні моделі управління інноваційними процесами розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу

Останнім часом багато вітчизняних і закордонних фахівців звертають особливу увагу на динамічний розвиток рекреаційно-туристичної сфери в усьому світі, яка показує стійкі темпи зростання. При цьому, як зазначається в «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року»: на відміну від багатьох інших галузей економіки, туризм не призводить до виснаження природних ресурсів. Туризм є експортноорієнтованою сферою та джерелом іноземної готівки й проявляє велику стабільність в порівнянні з іншими галузями в умовах нестійкої ситуації на світових ринках [230].

Оцінка ролі рекреаційно-туристичного комплексу в економіку регіону є однією з ключових проблем. Показники впливу сектору на економіку необхідні для розробки стратегій і планів регіонального розвитку, оцінки ефективності заходів з розвитку комплексу, які робить влада, вплив суттєвих проблем в туризмі та визначення шляхів їх усунення, для прийняття адекватних управлінських та інвестиційних рішень з боку бізнесу тощо.

Водночас наявні на теперішній час дослідження з даної проблеми розглядають в основному вплив сектора рекреації й туризму на національному

рівні. Не менш важливим, а іноді навіть більший інтерес, на наш погляд, викликає аналіз внеску сектора на регіональну економіку.

Попри помітну роль в масштабах світової економіки, в цей час поняття «туризм» ще не отримало однозначної й повного визначення. За визначенням, прийнятим ООН в 1954 році, «туризм - це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межі постійного місця проживання» [4]. У матеріалах Всесвітньої конференції по туризму, проведеної Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) в 1981 р. в Мадриді, туризм визначено як – «один з видів активного відпочинку, що становить собою подорожі, які здійснюються з метою пізнання тих чи інших районів, нових країн і поєднувані в ряді країн з елементами спорту» [4]. Пізніше Статистична комісія ООН прийняла більш широке визначення: «туризм – це діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями» [4, с. 6].

Найбільш повним, на нашу думку, є визначення туризму Міжнародною конференцією по статистиці подорожей і туризму (Оттава, 1991 р.) і схвалене Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) і Статистичною комісією ООН, яке знайшло відбиття в різних методичних рекомендаціях ВТО і Всесвітньої ради з туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council – WTTC). Відповідно до них, туризм визначається як «діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями, не пов'язаними з заняттям діяльністю, оплачуваною з джерела в відвідуваному місці» [4 с. 6, 11].

Існують також різні підходи до визначення поняття «рекреація» [35, 240]. На основі вивчення різних інтерпретацій даного поняття, вважаємо за доцільне

визначати його як матеріалізовану природно-кліматичними й соціально-економічними умовами, послугу, що сприяє відтворенню, і продовженню функціональної життєдіяльності робочої сили, підвищенню, продуктивності праці в процесі використання вільного часу для оздоровчих, пізнавальних, спортивних, культурно-розважальних цілей.

Під рекреаційно-туристичним комплексом (галуззю, господарством) мається на увазі сукупність підприємств і організацій, що безпосередньо надають туристичні товари й послуги. Бувши частиною територіально-виробничого комплексу, рекреаційно-туристичний комплекс є складним елементом територіальної структури економіки, безпосередньо бере участь у відтворювальному процесі й володіє специфічним господарським механізмом. До даного комплексу відносяться готелі та інші об'єкти розміщення, транспортні засоби, об'єкти громадського харчування, об'єкти й засоби розваг, об'єкти пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначень, організації які здійснюють туристично-операторську і туристично-агентську діяльність, а також організації, що надають екскурсійні послуги й послуги гідів-перекладачів [11].

Рекреаційно-туристичний сектор є більш широким поняттям, ніж рекреаційно-туристичний комплекс і включає ще й підприємства та організації суміжних галузей, продукція яких споживається в процесі туристичної діяльності й при виробництві туристичного продукту. До них відносяться [290, с. 2]:

- компанії-постачальники й обслуговчі компанії для авіаперевізників, організації сільського господарства, постачальники харчових продуктів, гуртова торгівля, послуги пралень, бухгалтерські та інші обслуговчі компанії тощо;
- державні організації які надають послуги відвідувачам (видача віз, послуги швидкої допомоги, медичні послуги тощо);
- постачальники промислових товарів і матеріалів (виробництво сталі, пиломатеріалів, обладнання для обслуговчих організацій тощо).

Існують різні підходи до визначення поняття «рекреаційно-туристичний регіон». WTO визначає дане поняття як територію, яка має у своєму розпорядженні велику мережу спеціальних споруд і послуг, необхідних для організації відпочинку або оздоровлення. Однак, оскільки не кожна територія може розглядатися як рекреаційно-туристичний регіон, дамо більш повне визначення цьому поняттю: «під рекреаційно-туристичним регіоном розуміється територія, яка спеціалізується на наданні туристичних, рекреаційних та інших послуг, що відповідають потребам туристів, і володіє мережею спеціалізованих об'єктів і споруд, які надають такі послуги».

Причини, які впливають на структуру та динаміку туризму, та обумовлюють його специфіку на рівні регіонів і окремих країн, можна згрупувати у вигляді факторів розвитку (рис. 5.8.) [133]. До них відносяться: природні, культурно-історичні, політичні, соціально-економічні, демографічні, науково-технічні фактори.



Рис. 5.8. Фактори, які визначають структуру та динаміку розвитку туризму в регіоні. Розроблено авторами

Природні й культурно-історичні фактори розвитку туризму на території країни та/або регіону складають її рекреаційні ресурси, тобто використовуються

для відпочинку і туризму.

Природний фактор можна визначити як природно-територіальні комплекси (природні зони), що становлять поєднання взаємопов'язаних компонентів природи (рельєфу, клімату, рослинності та тваринного світу).

Культурно-історичні особливості території обумовлені історією, яка збереглася в пам'ятках, традиціях і звичаях народів, архітектурному вигляді старих міст, гастрономічних вишуканостях національної кухні.

Серед політичних факторів, які впливають на розвиток туризму, слід зазначити політичні відносини між країнами, які можуть сприяти або, навпаки, перешкоджати туристичному обміну між ними. Розвитку туризму та інших форм зовнішньоекономічних відносин сприяють врегулювання розбіжностей між країнами, укладання договорів про співпрацю, відмова від територіальних домагань і визнання сформованих кордонів. На розвиток міжнародного туризму впливають внутрішньополітичні обставини в країнах і регіонах, а також в тих районах, через які проходять туристичні комунікації. Зміна політичних режимів, що супроводжується масовими заворушеннями й використанням збройних сил, релігійний фанатизм, тероризм, захоплення заручників становлять велику небезпеку для туристів і не сприяють їхньому припливу в регіон. До політичних факторів, що негативно впливають на розвиток туризму і рекреації, слід також віднести нестабільну напружену ситуацію (у тому числі військові дії) на суміжних і прилеглих територіях.

Соціально-економічні фактори мають найбільш важливий вплив на розвиток рекреаційно-туристичного комплексу. Зі зростанням доходів населення зростають і потреби в гідному відпочинку, активізації зовнішньоторговельного балансу. Рекреаційний комплекс має великий вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та інше, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку регіонів і країни в цілому [11].

Світова індустрія туризму і рекреації в останні роки стикається з постійно зростаючим рівнем конкуренції між країнами як всередині свого регіону, так і за його межами. Крім того, туристичний попит на послуги туризму і їх пропозицію залежать від ряду таких мінливих чинників, як економічний і фінансовий розвиток, політика яку проводить держава, демографічні та соціальні зміни, розвиток інноваційних технологій. Таким чином, посилення конкуренції як у сфері туристичного попиту, так і туристичної пропозиції є однією з істотних тенденцій розвитку світового туризму [90].

На думку експертів Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО) внутрішній туризм становить 80-90% від загального обсягу туризму у світі. Це вказує на значний потенціал і важливу роль внутрішнього туризму в розвитку рекреаційно-туристичного комплексу того чи іншого регіону або країни в цілому.

Водночас Україна, попри значний рекреаційно-туристичний потенціал, залишається однією з небагатьох країн з невисоким рівнем розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Наша країна поки що не належить до тих країн, де на частку туризму і рекреації припадає значна частина ВВП.

Витрати уряду на сферу туризму і подорожей, тепер оцінюються всього в 1,7% від загальних його витрат. Цих коштів явно недостатньо для швидкого розвитку індустрії. З огляду на потенційно високий економічний ефект капіталовкладень в цю сферу, уряду необхідно, на наш погляд, виділяти більше фінансових коштів і приділяти більшу увагу її розвитку.

В цей час Україна займає 25-е місце серед 181 країни, що потрапили в рейтинг Світового банку, щодо зацікавленості країною іноземними туристами.

Попри сприятливі базові прогнози розвитку туризму в Україні, зроблені Всесвітньою радою з туризму і подорожей (ВРТП) і його дослідним партнером - Оксфордським центром економічного прогнозування (ОЦЕП), ще існують проблеми, від успіху вирішення яких залежать перспективи рекреаційно-

туристичного комплексу в нашій країні.

Важливими передумовами розвитку як внутрішнього, так і виїзного туризму в Україні, на нашу думку, є розробка інноваційних туристичних продуктів, залучення інвестицій у розбудову туристично-рекреаційних комплексів, підвищення якості підготовки кадрів для туристичної сфери, модернізація маркетингового забезпечення туристичної діяльності, зокрема регіонального туристичного брендингу.

Слід зазначити, що унікальні природні ресурси й культурна спадщина, якими володіє наша країна, не здатні самі по собі забезпечити успішний розвиток рекреаційно-туристичного комплексу, оскільки є лише необхідною, але недостатньою умовою його розвитку.

Визнання важливої, ролі галузі в національній економіці, ефективне планування її діяльності на державному та регіональному рівнях, а також стійке фінансування на сучасному етапі, є головними факторами розвитку туризму і рекреації.

Рекреаційно-туристичний сектор може зіграти істотну роль в розвитку економіки й створенні робочих місць в регіонах, але для цього індустрія туризму і рекреації повинна стати стратегічним пріоритетом регіонального розвитку та в державних програмах для об'єднаних територіальних громад.

До основних факторів, які стримують розвиток рекреаційно-туристичного сектора в Україні, відносяться:

- недостатньо розвинена туристична інфраструктура в більшості регіонів країни, мала кількість готелів і засобів розміщення туристів з сучасним рівнем комфорту і сервісу;
- низький ступінь розвитку транспортної інфраструктури, недостатність пропускну здатності, яка перешкоджає збільшенню масштабів як внутрішнього, так і в'їзного туризму;
- висока вартість проживання в готелях, харчування, транспорту та

інших послуг, які пропонуються туристам, що перевищує середньоєвропейський рівень при одночасно незрівнянно низькій якості послуг, що надаються;

- адміністративні та бюрократичні бар'єри, невідповідні умови для бізнесу, які перешкоджають залученню інвестицій в рекреаційно-туристичний комплекс;

- нестача кваліфікованих кадрів, що визначає невисоку якість обслуговування у всіх секторах індустрії;

- недостатні зусилля держави по просуванню відпочинку в Україні та рекреаційно-туристичних можливостей країни як на закордонних, так і на внутрішньому ринках;

- складності в оформленні туристичних віз.

Очевидним є і те, що рекреаційно-туристичний потенціал країни використовується далеко не повною мірою, і створення умов для якісного відпочинку на території України місцевого населення та іноземних громадян вимагає більш активного проведення державної політики у сфері туризму.

До найбільш значних проблем, які вимагають пильної уваги й серйозного підходу до їх вирішення, зокрема, відносять недостатній розвиток рекреаційно-туристичної інфраструктури та відсутність, за рідкісним винятком, практики створення сприятливих умов для інвестицій в будівництво, розміщення та інші об'єкти туристичного комплексу.

Разом з тим пропозиції щодо розвитку рекреаційно-туристичної інфраструктури не можуть обмежуватися тільки створенням нового і реконструкцією наявного готельного фонду. Важливим є комплексний розвиток рекреаційно-туристичної інфраструктури, що містить не тільки широкомасштабне будівництво нових засобів розміщення, але і супутньої інфраструктури (транспортної; громадського харчування; індустрії розваг, об'єктів туристичної індустрії тощо) [123].

Як зазначалося вище, вплив рекреаційно-туристичного сектора на

соціально-економічний розвиток регіону має комплексний характер. У складі галузей, так чи інакше пов'язаних з туризмом і рекреацією, присутні практично всі сфери економіки регіону.

Рекреаційно-туристичний сектор надає комплексну дію на харчову та переробну промисловість, сільське господарство й АПК, транспорт і зв'язок, інформаційні технології й енергетику, житлове господарство, будівництво й інвестиції, роздрібну та гуртову торгівлю, фінансовий сектор, рекламу і ЗМІ, освіту.

Зростання обсягів виробництва в туризмі та рекреації передається іншим галузям економіки, де розгортається інвестиційна діяльність, створюються нові робочі місця, розширюється торговий оборот і збільшується прибуток. Частина отриманих доходів надходить державі у вигляді податків. Зібрані таким чином кошти можуть бути спрямовані на подальше фінансування інфраструктури індустрії туризму та рекреації, на розвиток системи підготовки персоналу для сфери туристичних послуг тощо [123].

Поряд з позитивним впливом розвитку рекреаційно-туристичного комплексу на економіку і соціальний розвиток слід визнати й існування негативних наслідків. До них, зокрема, відноситься підвищення інфляційного тиску на економіку регіону. Приплив значної кількості туристів призводить до зростання платоспроможного попиту в регіоні й підвищення цін, що згодом може привести до уповільнення зростання рекреаційно-туристичного сектора, так і економіки регіону в цілому (табл. 5.3).

Зростання чисельності населення призводить до посилення навантаження на природне середовище, що породжує певні соціальні витрати й додаткові витрати на запобігання зuboжіння і знецінення, природних і культурних ресурсів через їх надмірне використання. Порушення екологічної рівноваги в регіоні з плином часу може привести до падіння його привабливості для туристів.

Наслідки впливу розвитку рекреаційно-туристичного комплексу на економіку регіону

Позитивні	Негативні
<ul style="list-style-type: none"> • Створення нових робочих місць • Зростання доходів та рівня життя населення • Покращення транспортної інфраструктури • Приплив інвестицій (в т.ч. іноземних) • Приплив іноземної валюти • Створення нових можливостей для бізнесу • Збільшення податкових надходжень регіону • Зростання обсягу валового випуску 	<ul style="list-style-type: none"> • Зростання цін на товари і послуги • Зростання цін на землю і житло • Збільшення величини прожиткового мінімуму • Зростання витрат на утримання доріг і транспортної інфраструктури • Зростання витрат на послуги громадської безпеки та рятувальних служб • Витрати на усунення наслідків надмірного навантаження на екологію • Конкуренція за ресурси з іншими галузями економіки

Розроблено авторами

Очевидно, що хоча туризм і має значний потенціал як інструмент економічного розвитку, необхідно брати до уваги ті витрати, які можуть призводити до його розвитку. У зв'язку з цим, метою регіональної влади є максимізація позитивних наслідків розвитку рекреаційно-туристичного комплексу з одночасною мінімізацією негативних.

Зараз туризм розвивається швидкими темпами й стабільно входить в першу трійку галузей за часткою в загальносвітовому ВВП займаючи 11% світового експорту товарів і послуг. Україна володіє унікальними природними ресурсами для розвитку туризму, однак не використовує свій потенціал на повну силу. В той самий час українська галузь туризму демонструє непогані показники за темпами зростання, що дозволяє робити позитивні прогнози щодо розвитку туризму в країні. Основними стримувальними факторами розвитку туристичного сектора в країні є нерозвинена туристична і транспортна інфраструктура, бюрократичні та адміністративні бар'єри й недолік кваліфікованих кадрів.

Вплив рекреаційно-туристичного сектора на соціально-економічний розвиток території має комплексний характер і впливає практично на всі галузі економіки. Розвиток туризму сприяє розвитку багатьох інших галузей. Однак при

плануванні розвитку туризму необхідно, крім позитивного впливу на економіку, враховувати й негативні наслідки.

З точки зору цілей, які переслідують споживачі туристичних послуг, туризм з достатньою мірою умовності можна розділити на дві основні групи:

- 1) власне туризм, який реалізує пізнавальні та інші духовно-інтелектуальні цілі;
- 2) рекреація, яка реалізує цілі відновлення здоров'я та працездатності населення.

Рекреація, своєю чергою, поділяється на лікувально-профілактичну і спортивно-оздоровчу складові. При цьому зазначені агреговані групи туризму вимагають відповідного розвитку спеціалізованої матеріально-технічної туристичної бази та інфраструктури. Так, неорганізований туризм базується переважно на готельному господарстві, приватному житловому секторі й розгалуженій мережі якісного громадського харчування.

Організований туризм передбачає домінуючий розвиток мережі готелів необхідної зірковості в поєднанні з системою харчування (напівпансіон, принцип «все включено»). Лікувально-профілактичний туризм ґрунтується на діяльності підприємств курортно-санаторного типу, які надають бальнеологічні послуги. Спортивно-оздоровчий туризм вимагає наявності спортивних баз, які наповнені відповідним спортивним інвентарем і тренерським персоналом; таборів для розміщення, як любителів, так і професійних спортсменів, невеликих готелів зі спеціалізованим обладнанням для гірськолижного відпочинку і т.п.

Попри наявну умовність і спрощеність запропонованої автором схеми структури туристично-рекреаційного комплексу (далі - ТРК) (рис. 5.9), вона дозволяє простежити еволюцію магістральних напрямків розвитку національного туризму і виявити в них інноваційну складову.

У дореформений період в структурі українського ТРК переважали лікувально-профілактичний і спортивно-оздоровчий види туризму.

Була потужна матеріально-технічна база – мережа санаторіїв, пансіонатів, будинків відпочинку, туристичних таборів, путівки в які надавалися, як правило, на пільгових умовах через профспілки.

Інтенсивно розвивалася курортологія, яка забезпечувала дані об’єкти туризму кваліфікованим медичним персоналом.

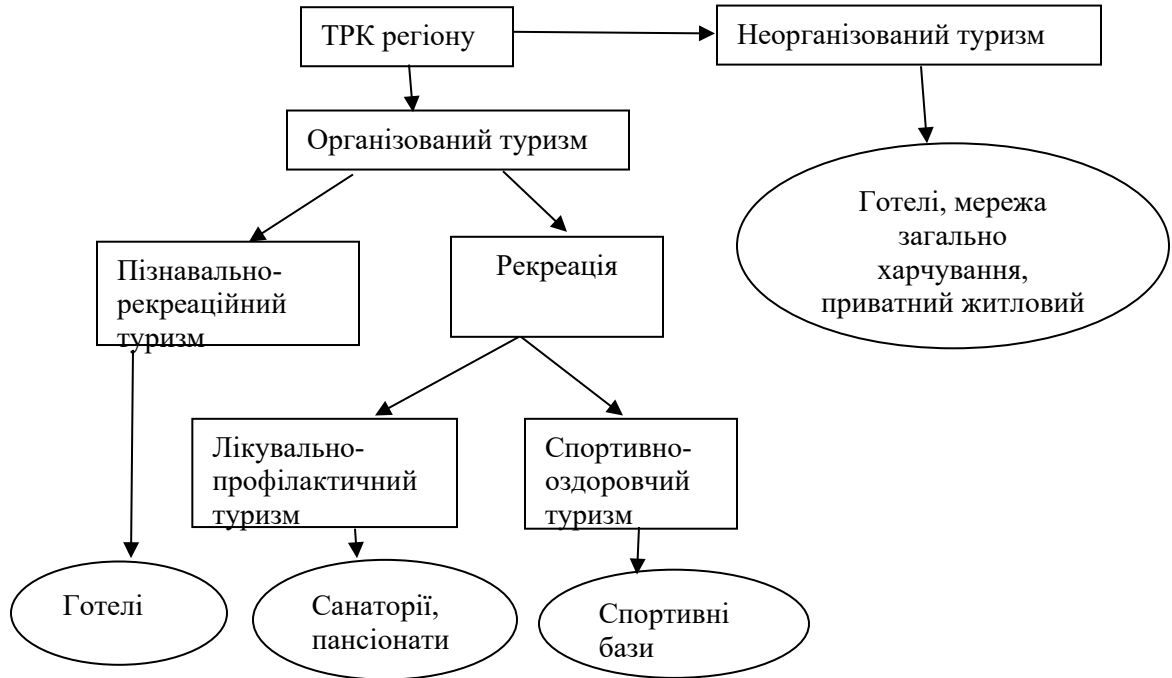


Рис. 5.9. Функціонально-цільова структура ТРК регіону.

Розроблено авторами

Для масового споживача були доступні також спортивні види туризму – головним чином пішохідні маршрути по мальовничих місцях. Певну, але не дуже велику частку в ТРК цього періоду посідав неорганізований туризм, головним чином, рекреаційний – відпочинок на морі (Чорне, Азовське) на базі приватного житлового сектора. З огляду на закритість економіки всі туристичні послуги розвивалися переважно в рамках внутрішнього туризму.

В перше десятиліття пореформеного періоду було здійснено істотну трансформацію структури ТРК. У зв’язку з тим, що сталося відкриття економічних кордонів, а також виходом колишніх республік СРСР зі складу

єдиної держави, почав стрімко розвиватися організований виїзний туризм за західноєвропейським зразком, тобто на базі сучасних готелів і систем напівпансіон і «все включено». У той час це стало серйозною інновацією для національного ринку туристичних послуг, яка забезпечила його швидке зростання. Хлинув за кордон потік українських туристів і не тільки збільшив обсяг послуг виїзного туризму, але разом з ним привів і до феноменально швидкого розвитку національного туристичного ринку в цілому.

Разом з тим, при цьому були майже повністю втрачені позиції по внутрішньому рекреаційного туризму, де в Україні були суттєві досягнення і були напрацьовані певні традиції курортної справи.

Тепер структура ТРК більшості регіонів змінюється не так стрімко. Найбільш можливі наступні трансформації структури ТРК регіонів:

1) поява нових видів послуг в пізнавально-рекреаційному туризмі. До них відносяться наступні види туризму: етнографічний, екологічний, агротуризм тощо.

Поява нових видів туристичних послуг означає реалізацію поглиблено-диференційованого підходу до таких видів потреб населення, які ще не охоплені традиційним туризмом. Також, останнім часом набуває поширення суспільний рух «зелених». Екотуризм дозволяє більш ефективно реалізувати стратегію їх діяльності, на базі поєднання заходів щодо проведення нарад, конференцій і семінарів з відвідуванням природоохоронних зон, заповідників і відпочинком.

2) поява нових видів послуг у сфері рекреації. Тут мається на увазі не тільки відновлення матеріально-технічної частини бальнеологічних курортів та забезпечення туристів сучасним рівнем комфорту і медичного обслуговування, а й надання клієнтам СПА-процедур на базі морської води, місцевих мінеральних джерел і грязей. При цьому необхідно, з одного боку, вивчення міжнародного досвіду надання аналогічних послуг (наприклад, в Карлових Варах), а з іншого – проведення інноваційних наукових розробок в спеціалізованих лабораторіях та

інститутах з метою виявлення синергетичного ефекту корисної дії на організм людини морських і мінеральних вод в поєднанні із засобами сучасної косметології, фармакології. Запозичення в цій сфері неможливо, що і визначає необхідність в розробці інноваційної туристичної послуги.

3). Посилення тенденції придбання споживачем багатоцільового пакета туристичних послуг (зокрема, в цей час здійснюється перехід від моделі туризму «3S» (See, Sun, Sand), орієнтованої тільки на пасивний відпочинок, найчастіше – відпочинок на морі, до моделі «3L» (Lore, Landscape, Leisure), яка передбачає збільшення ролі культуро-пізнавальних мотивів туризму (Lore), що поєднують з відпочинком і отриманням позитивних емоцій від природи (Landscape, Leisure).

Крім того, реалізуються й інші комбінації, найчастіше – спорт і відпочинок; лікування і відпочинок; для молоді: спорт - розвага - пізнавальні цілі та ін.

4) збільшення частки неорганізованого виїзного і в'їзного туризму. Це обумовлено дією таких факторів, як поширення через мережі Інтернет, що дозволяє здійснювати замовлення квитків та бронювання готелів в будь-якій країні світу в режимі онлайн; підвищення рівня знань іноземних мов, яке долає мовні бар'єри й розширює можливість безпосереднього спілкування; накопичення досвіду закордонних поїздок; зростання рівня добробуту значної частини населення; наявність розвиненої інфраструктури харчування та проживання неорганізованих туристів; витратний фактор – зниження вартості туристичної поїздки, оскільки її планування здійснюється туристом самостійно без посередників. В цей час слід очікувати збільшення цієї частки внаслідок масових банкрутств туристичних фірм на національному ринку і втрати довіри до них значної частини місцевого населення. Відповідно, ТРК регіону повинен забезпечити комфортне обслуговування і цієї частини туристів, свободу своїх дій.

Вище перераховані, а також поява нових тенденцій дозволяє найкращим чином формувати структуру інноваційного ТРК регіону. При цьому для

інноваційного ТРК регіону частка платних послуг, що відносяться до інноваційних, повинна становити (на думку автора) не менше 10-15% від загальної вартості послуг, що надаються.

До числа основних макроекономічних чинників, що визначають структуру інноваційного ТРК регіону, відносяться наступні [26, 139, 61].

1. Наявність платоспроможного попиту на туристичні послуги, в тому числі – на інноваційні. При цьому через особливості інновації, як особливого феномену, для забезпечення попиту на нові послуги надзвичайно важлива реклама і відповідне їх інформаційне обслуговування.

2. Імпульс зростання, що створюється системою міжгалузевих зв'язків туризму із суміжними галузями. Таким чином, виникає ефект саморозвитку або мультиплікативний ефект. Слід враховувати, що крім системи матеріально-речових міжгалузевих потоків, є також зворотний зв'язок по фінансових каналах (податки, бюджет), яка визначає обсяг потенційно можливих інвестицій в туристичну галузь. Інноваційна складова ТРК регіону підсилює дію зворотних зв'язків і, відповідно, збільшує зазначені мультиплікативні ефекти.

3. Інвестиційний фактор. Туристична індустрія є капіталомісткою сферою національного господарства, оскільки передбачає, по-перше, масштабне будівництво (готелів, пансіонатів і т.д.), а також створення транспортної та побутової інфраструктури, що забезпечує якісні туристичні послуги.

З огляду на досить високу рентабельність ТРК регіону є інвестиційно-привабливим для приватних інвесторів (як вітчизняних, так і іноземних). Однак повноцінне розв'язання інвестиційного питання для туристичної галузі неможливо без участі держави, яке повинно брати участь в інвестиційному процесі не тільки шляхом прямих інвестицій, але і з використанням механізму державно-приватного партнерства. Інноваційна компонента туристичного бізнесу вимагає додаткових інвестицій і збільшує значущість даного чинника.

4. Державна підтримка розвитку туризму. Державна підтримка і

регулювання туристичного бізнесу – важлива ланка в національному господарстві будь-якої країни. У сфері туризму переплітаються найрізноманітніші суспільно-політичні інтереси, у зв'язку з чим саме з'являються пріоритети державної політики.

В економічному секторі туристичний бізнес є одним з провідних і таких, секторів національного господарства, що розвиваються найбільш динамічно, що впливає на розвиток його ключових галузей: будівництво, транспорт і зв'язок, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та ін., тобто виступає своєрідним каталізатором всього соціально-економічного розвитку.

В політичному секторі він сприяє стабілізації міжнародних і міжетнічних відносин, взаєморозуміння народів різних національностей, формуванню дружніх зв'язків між представниками різних національностей і їх взаємної поваги до особливостей культурного та історичного розвитку держави.

У соціальній сфері значення туризму полягає в підтримці здоров'я людей, забезпечення їх зайнятості, раціональному використанні вільного часу, вихованні дбайливого ставлення до навколишнього середовища, збереження екології й т.д.

У духовній сфері туризм значущий як фактор підвищення освітнього і загальнокультурного рівня населення, а також збереження культурно-історичних традицій.

Важливою характеристикою структури інноваційного ТРК регіону є співвідношення між в'їзним і внутрішнім туризмом. У зв'язку з цим автором виявлена система чинників, які перешкоджають формуванню сприятливого для національної економіки співвідношенню туристичних потоків.

До числа факторів, які гальмують розвиток внутрішнього і в'їзного туризму, відносяться [26, 139, 61, 48, 151]: низький рівень розвитку туристичної інфраструктури, перш за все доріг, засобів зв'язку, упорядкованих туристичних комплексів і пансіонатів, що відповідають світовому рівню; недостатнє інвестування в туристичну індустрію; невисока якість надання туристичних

послуг, що не дозволяє успішно конкурувати національному туризму з закордонним. Традиційно національний сервіс міг похвалитися лише своєю «ненав'язливістю». Ці «традиції» зберігаються багато в чому дотепер і не відповідають запитам не тільки закордонних туристів, які звикли до високого рівня якості споживаних ними послуг, але тепер вже і громадян України, що побували за кордоном; неконкурентоспроможність національного туризму на світовому ринку послуг по співвідношенню «ціна - якість». В цей час країни, орієнтовані на розвиток туризму (Туреччина, Єгипет та ін.), здійснюють гнучкий диференційований підхід до задоволення попиту на туристичні послуги й можуть запропонувати туризм різної категорії якості за відносно невисокими цінами, охоплюючи різні за прибутковістю верстви населення. Іншими словами, зараз і якісніше, і дешевше можна відпочити за кордоном. Дані з вивчення попиту на туристичні поїздки свідчать про те, що значна кількість громадян хотіло б подорожувати по Україні; відносно низькі доходи українських громадян, які в цілому не можна порівнювати з доходами населення інших країн.

Подолання гальмівних чинників зростання туризму - важливе завдання, яке не може бути вирішене без розробки інноваційної стратегії розвитку цієї галузі. Це обумовлено причинами як макрорівня, так і міжрівневого порядку.

Розглядаючи роль туризму в розвитку регіонального та національного господарства, можна стверджувати що дана галузь на цей момент є одна з провідних та таких галузей економіки, що розвиваються найбільш динамічно. За швидким темпом зростання він визнаний економічним феноменом століття. Туризм здійснює великий вплив на ключові сектори економіки: транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство.

Тож розробка методології інноваційного розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону в умовах ринкової економіки є на даний час актуальною. По-перше, будь-яка галузь повинна розвиватися в контексті загальної глобальної концепції розвитку країни. Тепер Україною взятий курс на

перехід від моделі енерго-сировинного розвитку до економіки інноваційного типу.

Отже, і індустрія туризму повинна відповідати вимогам сучасного етапу розвитку економіки. По-друге, (з галузевої точки зору) тільки інноваційний підхід дозволяє забезпечити підвищену ефективність даної сфери й в умовах дефіциту інвестицій і недостатності інфраструктури створити імпульс її сталого економічного зростання.

Починаючи з 2005 року з'явилися офіційні документи, в яких зафіксована більш розширене трактування поняття інновацій. Зокрема, в новому Керівництві Осло (2005) в поняття інноваційного процесу були включені нововведення в області організації й маркетингу [151]. Це створює методичні передумови для дослідження інноваційних процесів у сфері послуг, в якій частка даних видів діяльності традиційно дуже висока.

Поняття «інновація» означає комплексний процес створення, розповсюдження й використання нововведення, яке сприяє розвитку та підвищенню ефективності роботи підприємств, а також задоволенню певних потреб [26, 139, 61, 48]. Термін «інновація» почав активно використовуватися в перехідній економіці України самостійно і для позначення ряду родинних понять: «інноваційна діяльність», «інноваційний процес», «інноваційне рішення». У світовій економічній літературі «інновація» інтерпретується як «...перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, що втілюється в нових продуктах і технологіях та характеризується більш високим технологічним рівнем, новими споживчими якостями товару у порівнянні з попереднім продуктом».

Поняття «інновація» застосовується до нововведень у виробничій, організаційній, фінансовій, науково-дослідній, навчальній та інших сферах, до будь-яких удосконалень, що забезпечують економію витрат або створюють умови для такої економії.

Основними видами інновацій у сфері послуг можуть бути:

- 1) нові або поліпшені послуги (розширення продуктової лінії);
- 2) нові або поліпшені виробничі процеси й технології надання послуг (процесні й технологічні інновації);
- 3) змінені соціальні відносини (соціальні або кадрові інновації);
- 4) нові або вдосконалені організаційно-економічні системи (організаційні інновації);
- 5) нові або вдосконалені методи управління, включаючи маркетинг та інноваційний менеджмент (управлінські інновації);
- 6) нові або модернізовані інформаційно-обчислювальні технології, що використовуються на підприємстві сфери послуг і т.д.

Одним із завдань дослідження є конкретизація поняття інновації для найважливішої галузі сфери послуг регіону, якою є туризм. У ряді країн він займає провідні позиції в їх економіці й служить головним джерелом поповнення їх бюджету. Таким чином, розвиток туризму є важливим показником, що характеризує відкритість економіки країни, а також пріоритети державної політики, орієнтованої на облік сучасних тенденцій до глобалізації, інтеграції й міжкультурної взаємодії різних країн. Крім того, формування ефективно діючого туристського комплексу є в багатьох країнах «локомотивом» економічного зростання.

Можливості туризму для розвитку національної економіки виявилися нереалізованими, оскільки, хоча Україна і володіє багатим туристично-рекреаційним потенціалом, але він тепер недостатньо популярний.

Специфіка туризму (на відміну від інших галузей даної сфери народного господарства) складається в тісній прив'язці його до конкретного регіону. Так, якщо такі галузі сфери послуг, як громадське харчування або побутове обслуговування населення практично індиферентні стосовно регіону їх дислокації, то з туризмом справа йде протилежним чином. Процес задоволення

послуг в громадському харчуванні або побутовому обслуговуванні населення в цілому характеризується регіональною нейтральністю і відносно слабкою мінливістю при зіставленні цих галузей для різних регіонів.

Що стосується туризму, то регіони характеризуються дуже великою різноманітністю надання даного виду послуг. Окремі регіони мають унікальну архітектуру та історичні пам'ятки, інші – великі рекреаційні можливості. Відповідно, і спектр послуг, що надаються, і можливості реалізації інноваційних процесів в різних регіонах будуть різними.

Інновації означають перше використання нововведення в регіоні (або на підприємстві) незалежно від того, чи застосовувалося воно де-небудь раніше. Інакше кажучи, з точки зору окремої компанії (регіону) навіть імітація може мати характер інновації, а з точки зору народного господарства - його ж захід інновацією не є, якщо воно вже використовується на іншому підприємстві (в іншому регіоні).

Таким чином, при аналізі інноваційних видів туристичних послуг завжди слід здійснювати вибір потенційних інновацій виходячи з більшості можливостей конкретного регіону. Відповідно, інноваційні процеси в туристичній галузі в методичному відношенні повинні бути розглянуті у взаємозв'язку з регіональним аспектом.

Причому, слід враховувати не тільки природно-рекреаційні ресурси, але і рівень економічного розвитку регіону, що є базою для розвитку туристичної індустрії. Іншими словами, інноваційні процеси повинні бути органічно вписані як в туристично-рекреаційний комплекс (ТРК) регіону, так і в регіональну економіку в цілому.

ТРК – це складна багатокomпонентна система, що має чіткі адміністративно-територіальні одиниці, що характеризується певним набором природно-кліматичних ресурсів і володіє певною привабливістю для туристів. В її склад входять високорозвинена індустрія гостинності, розгалужена

транспортна мережа, набір різноманітних пам'яток, телекомунікаційна інфраструктура, сприятливе середовище проживання, що забезпечує отримання лікувально-профілактичних і рекреаційних процедур.

Поряд з великою кількістю наявних в науковій літературі визначень інновації, існує також безліч класифікацій видів інновації за різними критеріями, таким як [151]:

1. Значущість (базисні, поліпшувальні, псевдоінновації);
2. Спрямованість (раціоналізація, розширення);
3. Місце реалізації (галузь виникнення, галузь застосування, галузь споживання);
4. Глибина зміни (регенерування первинних способів, зміни кількості, перегрупування, адаптивні зміни, новий варіант, нове покоління, новий вид, новий рід);
5. Розробник (розроблені силами підприємства, зовнішніми силами);
6. Масштаб поширення (для створення нової галузі, застосування у всіх галузях);
7. Місце в процесі виробництва (основні продуктові й технологічні, що доповнюють продуктові й технологічні);
8. Характер потреб (нові потреби, наявні потреби);
9. Ступінь новизни (на основі нового наукового відкриття, на основі нового способу застосування до давно відкритих явищ);
10. Час виходу на ринок (інновації-лідери, інновації-послідовники);
11. Причина виникнення (реактивні, стратегічні);
12. Область застосування (технічні, технологічні, організаційно-управлінські, інформаційні, соціальні і т.д.).

Є також «кластерні» класифікації (зазвичай - іменні), базуються на цілому наборі класифікаційних ознак.

Далі наведемо класифікацію інновацій стосовно туристичної галузі.

Відповідно до проведеного за участю автора дослідження, в найближчій перспективі слід очікувати попит на такі види інноваційних туристичних послуг як:

- Екологічний туризм (з вивченням заповідників і виявленням порушень в екології). Даний вид туризму крім виховання у населення бережного ставлення до природи може приносити також суспільну користь: збір інформації про стан природного середовища сприяє ефективній роботі органів екологічного нагляду.

- Етнографічний туризм (з вивченням побуту і традицій народу). Тепер подібний вид туристичних послуг вже є в багатьох країнах і користується популярністю. Однак для багатьох регіонів держави він є чимось особливим. До цього виду туризму примикає і археологічний туризм.

- СПА-туризм (з організацією СПА-процедур на базі мінеральних джерел і цілющих грязей). СПА-туризм в цей час широко розповсюджений в розвинених європейських країнах (Франція, Швейцарія, Німеччина), а також на кращих курортах Тунісу, Туреччини та інших країн. Організація даного виду туризму в окремих регіонах вивела б його на світовий рівень.

- Агротуризм або сільськогосподарський туризм (заняття землеробством і скотарством на спеціально виділених ділянках). В цей час жителі мегаполісів відчувають значний стрес, пов'язаний із зайвою урбанізацією середовища їх проживання: скупченість населення, загазованість, автомобільні пробки і т.д. Робота на землі не тільки знімає стрес і приносить оздоровчий ефект, але корисна ще й своїм результатом – отриманням екологічно чистого сільськогосподарського продукту.

Впровадження нових видів туристичних продуктів зумовить залучення в туристичний бізнес нові верстви населення. Так, агротуризм може виявитися привабливим своєю доступністю для населення з низьким рівнем доходів; етнотуризм – для колишніх краян, які проживають за кордоном і бажають відвідати місця проживання своїх предків. Екотуризм - для екологів і

представників партії «зелених».

Ще один напрямок вдосконалення туризму полягає в інтеграції інформаційного простору в даній сфері послуг. Тепер туристична індустрія в багатьох регіонах представлена великою кількістю малих турфірм. Курс на переважний розвиток регіонального малого бізнесу є, як правило, стратегічно правильним рішенням. Малий бізнес сприяє забезпеченню зайнятості в регіоні, що характеризується значною часткою безробітного населення, сприяє зростанню добробуту громадян.

З метою координації діяльності малих фірм у великому регіоні доцільно створення єдиного центру, що виконує інформаційні, координаційні і диспетчерські функції. Робота такого центру поліпшила б такі аспекти туристичного бізнесу як замовлення і продаж путівок, отримання довідкової інформації, моніторинг діяльності фірм і ін. До числа важливих інновацій в туристичному бізнесі є впровадження ресурсощадних і природоохоронних технологій.

Туризм як галузь має виражену орієнтацію на використання природних ресурсів. На відміну від інших галузей, він сам викликає потужні міграції людей до місць зосередження рекреаційних ресурсів. Крім того, повинні бути передбачені заходи щодо мінімізації шкоди навколишньому середовищу на основі відновних технологій.

Концепція інноваційної стратегії розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону будується з наступних інноваційних компонентів:

- 1) продуктивна інновація: екологічний туризм; етнографічний туризм; СПА; агротуризм.
- 2) інформаційна інновація: централізована довідкова служба; бронювання та продаж путівок; моніторинг оперативної діяльності турфірми.
- 3) управлінська інновація: аналітична оцінка економічної ефективності; планування та прогнозування діяльності комплексу.

4) екологічна інновація – ресурсощадні технології.

Впровадження запропонованого асортименту інноваційних послуг неможливе, по-перше, без їх економічного обґрунтування (на основі економіко-математичних моделей і методів); а по-друге, без розробки відповідних організаційно-економічних механізмів, що забезпечують потрапляння на ринок туристичних послуг і подальше їх функціонування.

З цією метою мають бути здійснені інновації в галузі знань - створення нових економіко-математичних методів оцінки ефективності використовуваних технологій при наданні туристичних послуг, обґрунтування різних стратегій управління туристичними підприємствами, оптимізації асортименту і структури розглянутих послуг, а також інші методи і моделі, орієнтовані на вдосконалення менеджменту в туристичній діяльності регіону.

5.4. Напрями формування кластерів в туристичній сфері

Розвиток туристичного сектору регіональної економіки залежить від наявного туристичного потенціалу. Як базові характеристики регіональних туристських кластерів на сьогодні виділяють географічні, кліматичні особливості території, природні, історичні, рекреаційні, а також об'єкти фізичної, інформаційної інфраструктури та інфраструктури гостинності. Потенційна необхідність здійснення порівняльного аналізу туристичного кластера регіональної економіки з кластерами в інших секторах економіки визначила актуальність даного дослідження.

На сьогодні кластерний підхід широко використовується для розвитку окремих секторів економіки, регіонів і цілих країн. Теоретичні підходи та практичні питання формування кластерів в туристичному секторі регіональної економіки частково досліджені вітчизняними і закордонними вченими та визначені в спеціальній науковій літературі. Розглянемо відмінності

регіонального туристичного кластера від кластерів в інших секторах економіки:

1. Основою даного типу кластерів виступають туристичні ресурси, як природні, так і антропогенні:

2. Склад туристичного кластера має свою специфіку. По-перше, головне значення в ньому відіграють компанії малого і середнього розміру, що характеризують наявність великого числа учасників і складну координацію між ними. По-друге, туристична сфера включає різні обслуговчі галузі і підгалузі, через що великого значення набувають організації суміжних галузей (підприємства громадського харчування, транспортні підприємства, банки, лікувальні установи). До переліку потенційних учасників регіонального туристичного кластера відносять:

а) організації безпосереднього обслуговування (туристичні фірми, готелі, транспортні компанії, лікувально-оздоровчі установи, підприємства з виготовлення та торгівлі сувенірами, інформаційні, рекламні та страхові компанії, музейно-екскурсійний бізнес і т.д.);

б) професійні навчальні заклади, які здійснюють підготовку кадрів, спеціалізовані науково-дослідні установи;

в) органи виконавчої влади, які здійснюють регулювання туристичного сектора регіональної економіки;

г) організації в суміжних секторах економічної діяльності (підприємства громадського харчування, муніципальні транспортні підприємства, торгові організації, банки, лікувальні установи, підприємства побутового обслуговування);

д) громадські організації [205];

3. Організація туристичного кластера регіональної економіки є просторово маршрутною. Туристичні маршрути пов'язують туристичні об'єкти в єдиний комплексний туристичний продукт, зафіксований в просторі, суб'єкти

господарювання в такому кластері координуються зв'язками, мають географічну основу;

4. Належність туристичного кластера регіональної економіки до сфери послуг зумовлює провідну роль клієнта-туриста. Більшість туристичних продуктів створюється і реалізується одномоментно, при цьому часто туристи самі формують свій продукт, здійснюючи індивідуальний вибір.

Таким чином, регіональні туристичні кластери, з одного боку, мають деякі загальні з іншими типами кластерів риси, і підпорядковуються загальним закономірностям виникнення і еволюції, з іншої сторони, мають істотні особливості, які слід враховувати при цілеспрямованому їх формуванні та управлінні.

Вибір органами державної влади кластерного підходу як пріоритетного для реалізації регіональних програм обумовлено специфікою та особливостями туристичної галузі. Кластерні методи дозволяють максимально врахувати місцеві особливості, сформувати специфічні організаційно-економічні моделі регіонального управління [226].

До особливостей туристичних кластерів, які формуються з урахуванням галузевої специфіки, слід віднести:

1) високу концентрацію підприємств на обмеженій території, при цьому економічні агенти даного ринку, як правило, відносяться до малого і середнього бізнесу. Надання туристичних послуг передбачає одночасну наявність на території декількох ланцюгів доданої вартості. За даними Всесвітньої туристичної організації, під час семиденного перебування відвідувача у віддаленому туристичному центрі працює від 10 до 20 ланцюжків. У них залучено, як правило, від 30 до 50 різних фірм, починаючи з екскурсійного бюро, спеціалізованих магазинів туристичної літератури і страхових компаній до сувенірних крамниць, пунктів обміну валюти, таксі та ін. Найвищий рівень конкуренції, що виникає при цьому, формує умови дії кластерного управління;

2) багатогалузевий, багатофункціональний і багатосуб'єктний характер внутрішніх зв'язків і комунікацій в кластері. Надання туристичних послуг передбачає взаємодію підприємств, що належать до різних галузей і форм власності. Величезну роль в кластері відіграє інфраструктура;

3) високий ступінь впливу держави на розвиток кластера. Держава забезпечує середовище (безпека, благоустрій та ін.) діяльності кластера, регулює значну частину послуг (санітарні, екологічні та інші вимоги), значна частина туристичних об'єктів знаходиться в державній власності, або режим використання цих об'єктів визначається державою;

4) високий рівень конкуренції в кластері, який обумовлений високою концентрацією туристичних ресурсів і передбачає широке використання кластерних комунікацій та інфраструктури.

Специфіка функціонування туристичного кластера регіональної економіки, представлена вище, передбачає наявність особливого підходу до управління кластером, який повинен концентруватися на наступних напрямках:

I. Забезпечення інституційного розвитку кластера, що дозволяє максимально полегшити доступ до ресурсів, недоступних дрібних компаній (консалтинг, стратегічне планування, взаємодії з державою та ін.). Тому, у державній програмі розвитку туристичного сектору економіки має бути зроблено акцент на створенні саморегульованих організацій в туристичних кластерах. Туристичні саморегульовані організації могли б взяти на себе ряд функцій в частині організації і сприяння розвитку вітчизняного туризму, включаючи розповсюдження і розвиток системи добровільної стандартизації туристичної діяльності з врахуванням вимог конкурентного середовища та інтересів споживача, консультування та надання юридичної допомоги, захисту прав та інтересів туристів, а також загальну координацію підприємницької діяльності у сфері туризму [280].

II. Забезпечення повноцінного державного регулювання, включаючи

контроль і нагляд за всією інфраструктурою надання туристичних послуг, розв'язання питань благоустрою, безпеки та ін. Відпрацювання системи взаємодії галузі з державою.

III. Створення механізмів методичної підтримки процесу формування і розвитку кластерів. Науковою доктриною має бути розроблено основні методичні підходи до аналізу, побудови і адаптації організаційно-економічної моделі туристичного кластера регіональної економіки [113].

В цілому, формування туристичних кластерів відбувається під впливом об'єктивно наявних факторів, до яких відносять такі:

- ресурсні фактори (природні і культурно-історичні ресурси):
а) формування туристичного кластера на базі унікального природного ресурсу - природний фактор; б) формування туристичного кластера на базі унікальних історичних об'єктів, пам'ятників культури і мистецтва.

- антропогенні фактори: а) формування туристичного кластера на базі унікальних трудових навичок, народних ремесел та промислів; б) формування туристичного кластера на основі впровадження інноваційних наукових досліджень; в) формування туристичного кластера на базі сприятливого ділового середовища; г) формування туристичного кластера на основі побудованої на замовлення спеціалізованої інфраструктури, що забезпечує функціонування окремих видів туризму; д) формування туристичного кластера внаслідок необхідності освоєння певної території відповідно до соціокультурних та економічних інтересів [167].

Таким чином, діяльність щодо цілеспрямованого формування кластерів у туристичному секторі регіональної економіки повинна бути спрямована, очевидно, на використання підтримувальних факторів і нівелювання, згладжування факторів, що стримують розвиток кластера.

Досвід вітчизняної практики формування кластерів в туристичному секторі регіональної економіки дозволяє зробити наступні висновки. Для динамічного

розвитку туристичних кластерів в регіонах потрібна підтримка державних і регіональних влад, позаяк сприятливе середовище для стихійного формування даного виду кластерів у вітчизняній економіці поки не склалася. У разі реалізації цілеспрямованої державної політики щодо формування кластерних структур в цій сфері можна припустити суттєве підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туризму і збільшення вкладу туристичного сектора в ВРП та ВВП України. Цілеспрямовано створені вітчизняні кластери тільки почали свою еволюцію, в той час, як за кордоном кластери вже мають тривалу історію розвитку, в тому числі і в туристичному секторі регіональної економіки.

Отже, розвиток туристичного сектору регіональної економіки країни відбувається згідно зі сформованим трендом - в регіонах, які володіють значним туристичним потенціалом (унікальними природними ресурсами та об'єктами, об'єктами культурно-історичної спадщини, розвиненою інфраструктурою, мережею обслуговувачих компаній) відбувається стихійна кластеризація. Заходи державної підтримки розвитку туристичного сектора регіональної економіки в країні спрямовані на сприяння реалізації наявного потенціалу зростання даної сфери, а також на пряму і непряму підтримку проєктів по формуванню туристично-рекреаційних та автотуристичних кластерів у більшій кількості суб'єктів господарювання.

Черкаський регіон має унікальні рекреаційно-туристичні ресурси, які можуть бути використані для розвитку лікувально-оздоровчого, спортивного та екстремального, історико-культурного, екологічного та інших видів туризму. Однак, попри сприятливі передумови та фактори розвитку туристичної сфери, для Черкаської області характерний на сучасному етапі низький рівень розвитку туристичної інфраструктури. Зокрема, як свідчить аналіз статистичної інформації, частка рекреаційно-туристичного сектора у валовому регіональному продукті не перевищує 2%, а в загальному обсязі сектора в цілому по Україні становить близько 6 відсотків.

Такі низькі значення показників вкладу рекреаційно-туристичного сектора в економіку можуть бути пов'язані з незначним обсягом туристичного потоку і мінімальною тривалістю перебування туристів та високою часткою тіньової його частини [123]. Основними споживачами послуг рекреаційно-туристичного комплексу Черкаського регіону є українські громадяни, а частка іноземних громадян в загальному обсязі туристичного потоку в регіоні нижче середньоукраїнського рівня.

Основними факторами, які стримують розвиток рекреаційно-туристичного сектора, як в принципі і в цілому по країні, є: поганий стан рекреаційно-туристичної інфраструктури, невисокий рівень сервісу, відсутність висококваліфікованих кадрів, недостатня забезпеченість готелями (в тому числі і класифікованих за міжнародною системою класифікації готелів), аналогічними і спеціалізованими засобами розміщення. Разом з тим, є і особливості, властиві в основному тільки Черкаського регіону, до яких зокрема належать: недостатній рівень забезпечення безпеки на території регіону; наявність на території регіону великих хімічних підприємств, які завдають великої шкоди навколишньому середовищу.

Наявний обсяг інвестицій в рекреаційно-туристичний комплекс регіону не здатний забезпечити його випереджальний розвиток, а також створення нових об'єктів та реконструкцію і оновлення наявної інфраструктури. Особливо актуальними є проблеми безпеки туризму в регіоні, які зумовлені як неналежною якістю послуг, що надаються значною частиною суб'єктів сфери гостинності, так і загалом не надто сприятливим для розвитку туризму соціальним середовищем.

Однією з головних невирішених проблем в регіоні є високий рівень безробіття і низький розмір оплати праці.

З метою подолання проблем, що накопичилися в регіоні була розроблена «Стратегія розвитку Черкаської області до 2025 року», яка покликана забезпечити умови для випереджувального розвитку реального сектора

економіки в регіоні, створення нових робочих місць, а також для підвищення рівня життя населення. Основою, на думку розробників Стратегії, має стати політика форсованого зростання, спрямована на залучення інвестицій у розвиток економіки для поступового забезпечення самодостатності бюджету регіону в складі країни. В рамках даної стратегії велика увага приділяється розвитку туризму і санаторно-курортної сфери, які покликані забезпечити значний внесок у формування бюджету регіону, валовий регіональний продукт і забезпечення зайнятості населення. Реалізація оптимального плану Стратегії дозволить забезпечити динамічний розвиток рекреаційно-туристичного комплексу в регіоні, який за задумом розробників має забезпечити створення значного числа нових робочих місць.

Одним зі стратегічних завдань розвитку рекреаційно-туристичного комплексу в регіоні має стати розвиток нових туристичних та лікувально-оздоровчих центрів, що дозволить шляхом посилення конкуренції підвищити якість послуг, які надаються, прискорити процес оновлення основних фондів сектора, підвищити різноманітність туристичної пропозиції [205].

Для досягнення поставлених цілей з розвитку туризму і санаторно-курортної сфери на території Черкаського регіону, вважаємо за доцільний його розвиток в рамках єдиного рекреаційно-туристичного кластера. Як свідчить практика, подібний підхід дозволяє забезпечити централізоване управління розвитком рекреаційно-туристичного комплексу, узгодженість і несуперечність проведених заходів, а також дозволить просувати рекреаційно-туристичний комплекс регіону в рамках єдиного бренду, що дозволить знизити витрати [123].

Разом з тим, при організації єдиного рекреаційно-туристичного кластера необхідна чітка диференціація рекреаційно-туристичного продукту, щоб не створювати внутрішню конкуренцію в регіоні [226]. Цей фактор тим більше актуальний з огляду на те, що території мають практично ідентичні природні і рекреаційно-туристичні ресурси. Диверсифікація може бути виконана за різними

параметрами: за видом туризму, цільовим ринком, рівнем доходів туристів тощо. Тут мова йде не про те, щоб залишити без уваги будь-які з наявних рекреаційно-туристичних ресурсів і не розвивати їх лише на тій підставі, що в іншому регіоні вони вже використовуються. В такому випадку лише передбачається, що кожен регіон повинен визначити для себе ринок спеціалізації і зосередитися, вибрати пріоритетним саме цей ринок [123].

Для координації діяльності суб'єктів рекреаційно-туристичного сектора в регіоні у розвитку галузі, підвищення швидкості оперативного реагування на мінливі зовнішні умови, акумуляції фінансових і адміністративних ресурсів з метою підвищення ефективності їх використання, а також для забезпечення стійкого зростання в галузі необхідне створення нових механізмів управління, які повинні забезпечити необхідний рівень контролю, регулювання та прийняття управлінських рішень [280]. Одним з таких механізмів могло б стати створення інституту з підтримки розвитку рекреаційно-туристичного кластера в формі державного або державно-приватного (з переважанням ролі держави) підприємства. Рішення про ті чи інші проєкти в рамках пропонованої структури повинні прийматися з урахуванням думок представників всіх зацікавлених груп – державних органів, кредитно-фінансових інститутів, а також представників підприємств, що працюють в рекреаційно-туристичному комплексі [123].

Інститут по підтримці розвитку рекреаційно-туристичного кластера в регіоні повинен забезпечити:

- підбір, фінансування, координацію та реалізацію інвестиційних проєктів і бізнес-планів в рекреаційно-туристичній сфері;
- планування, координацію та реалізацію міжрегіональних проєктів у рекреаційно-туристичній сфері [123];
- моніторинг стану рекреаційно-туристичного сектора в регіоні;
- стратегічне планування і прогнозування розвитку туризму та рекреації на всіх територіях регіону;

- маркетингову підтримку рекреаційно-туристичних продуктів суб'єктів регіону, а також просування єдиного бренду Черкаського регіону і його рекреаційно-туристичного сектора на українському і зовнішньому ринках [113].

Розвиток рекреаційно-туристичного сектора Черкаського регіону в рамках єдиного рекреаційно-туристичного кластера передбачає виконання послідовності заходів (рис. 5.10).

Для сталого розвитку рекреаційно-туристичного сектора в регіоні в першу чергу необхідно розв'язувати питання забезпечення безпеки як туристів, що прибувають для відпочинку і лікування в регіон, так і безпеки інвестицій в економіку регіону [280]. Очевидно, що неможливо залучати в регіон інвесторів і туристів, просувати його на українському і закордонному ринках як центр туризму та рекреації, якщо систематично відбуваються значні правопорушення. У зв'язку з цим проблема забезпечення безпечного перебування туристів в регіоні є першочерговим і вкрай важливим завданням, від успішного вирішення якого залежать перспективи розвитку не тільки рекреаційно-туристичного сектора, але і всієї економіки регіону [123].



Рис. 5.10. Схема просування єдиного бренду Черкаського регіону.

Розроблено авторами

Багато в чому високий рівень злочинної активності пов'язаний з неупорядкованістю життя населення і соціально-економічними проблемами, високим рівнем безробіття, низькою заробітною платою. На думку експертів, нестабільна в плані забезпечення безпеки ситуація відлякує інвесторів і потенційних туристів і відпочивальників, створює несприятливий інвестиційний клімат, призводить до зростання ризиків, що в сукупності сприяють подальшому погіршенню соціально-економічної ситуації в регіоні [123]. Це штовхає частину громадян вступати у складі злочинних організацій, що призводить, своєю чергою, до зростання проявів злочинної напруженості. Це призводить до подальшого погіршення соціально-економічного становища в регіоні. У зв'язку з цим необхідно проводити роз'яснювальну політику серед населення з метою просування ідеї про невивідність нестабільної ситуації в регіоні.

Наступним після забезпечення необхідного рівня безпеки етапом могло б стати залучення інвестицій в рекреаційно-туристичний сектор, які покликані забезпечити оновлення матеріально-технічної бази рекреаційно-туристичного комплексу, введення нових основних фондів, створення нових туристичних продуктів. Успішність реалізації даного етапу багато в чому буде визначатися ефективністю функціонування інституту з підтримки розвитку рекреаційно-туристичного сектора в регіоні [123].

Кваліфікація персоналу є ключовим фактором забезпечення ефективного функціонування туристичної сфери. Однак кадровий потенціал рекреаційно-туристичної сфери в сучасних умовах потребує постійного оновлення і диверсифікації, що з огляду на відносно невисоку заробітну плату в цьому секторі економіки становить важливу проблему сучасного етапу інноваційного розвитку туризму в регіоні. Якісного оновлення потребує і система фахової підготовки працівників сфери туризму та гостинності у закладах вищої освіти, передусім регіональних.

Успіх всього комплексу заходів багато в чому залежить від успішності реалізації останнього етапу – створення і просування єдиного бренду регіону як найбільшого рекреаційно-туристичного центру в країні. Це завдання є надзвичайно складним, тому що мова йде не про створення нового бренду регіону, а про те, щоб діаметрально змінити наявний негативний образ. Тепер імідж регіону коливається від помірно негативного до негативного. Якщо фактор іміджевого сприйняття регіону не робить істотного впливу на продажі на зовнішніх стосовно регіону ринках таких товарів як, наприклад, в пляшках мінеральна вода, продукція сільського господарства, то цей фактор стає визначальним при просуванні рекреаційно-туристичного продукту [123].

Можемо погодитися з С. Куніциним у тому, що створення і просування єдиного бренду регіону має забезпечити:

- формування і поліпшення загального іміджу території;
- зростання його ділової і соціальної конкурентоспроможності;
- залучення державних та інших інвестицій в економіку регіону, в тому числі і в рекреаційно-туристичний комплекс;
- поліпшення інфраструктури регіону;
- зниження загальних витрат у порівнянні зі створенням різних брендів для кожного регіону окремо [123].

Отже, формування конкурентоспроможного рекреаційно-туристичного кластера Черкаського регіону можливе за умови об'єднання зусиль усіх зацікавлених сторін та наявності координувальних органів. Важливим завданням, яке має виконуватися інститутами кластера, є моніторинг як соціально-економічного становища у регіоні загалом, так і основних індикаторів розвитку його туристичної сфери. З огляду на соціальне значення туристичної діяльності особливу увагу при формуванні перспективних напрямів функціонування перспективного кластера потрібно надавати розвитку рекреації у широкому розумінні, яка на базі наявної туристичної інфраструктури повинна

давати змогу задовольняти потреби не лише туристів, а й місцевого населення щодо відновлення фізичних та психічних сил.

Усі напрями інноваційного розвитку туризму в регіоні повинні також бути узгоджені із загальнодержавними програмами та стратегіями та забезпечувати виконання ключових принципів і цілей сталого розвитку в умовах нестабільності.

ПІСЛЯМОВА

У монографії на засадах історико-генетичного аналізу наявних теоретичних поглядів стосовно історії розвитку сфери туризму та розуміння сутності поняття «туризм», встановлено, що під сферою туризму доцільно розуміти сукупність суб'єктів господарювання виробничої та невиробничої спрямованості, які є складовою національної економіки, що забезпечують виробництво, розподіл, обмін і споживання туристичного продукту, в умовах формування, використання та збереження туристичного потенціалу. Сфера туризму є, по-перше, складовою національної економіки та, по-друге, впливає на національну економіку на підставі реалізації притаманних їй функцій.

Доведено, що під інноваційним розвитком сфери туризму слід розуміти складний процес якісних змін, які є результатом процесу створення, освоєння, впровадження та розповсюдження інновацій, що ґрунтуються на досягненнях науково-дослідних та науково-технічних здобутків, результатом якого є задоволення споживачів у туристичних послугах та забезпеченні позитивного фінансового результату суб'єктам туристичної діяльності.

Встановлено, що інноваційний розвиток сфери туризму відбувається під впливом різноманітних чинників, які створюють умови її функціонування та розвитку. Класифікація основних чинників на зовнішні та внутрішні, статичні та динамічні дозволила надати характеристику умовам функціонування, розвитку та обмеження сфери туризму. Обґрунтовано, що зовнішні чинники здійснюють вплив на сферу туризму регіону за допомогою важелів, що створюються на макрорівні. Внутрішні – є наслідками процесів функціонування просторової соціально-економічної системи території. Інтеграція визначених чинників створює певне середовище, яке обумовлює характер інноваційного розвитку сфери туризму регіону.

Узагальнення практичних підходів до визначення принципів стійкого розвитку сфери туризму дозволило розглядати цей розвиток як відтворення

процесів виробництва та вдосконалення туристичного продукту, за умов досягнення рівноваги або позитивного ефекту між екологічними, соціокультурними та економічними складовими туристичної діяльності та її наслідками. Встановлено, що головним завданням цього розвитку стає зменшення негативних наслідків від розвитку сфери туризму регіону на тлі позитивних ефектів від туристичної діяльності.

Під складовими сфери туризму в контексті соціально-економічної системи регіону запропоновано розуміти сукупність продуктивних сил і виробничих відносин туристичної діяльності. Доведено, що мета підсистеми туризму полягає у створенні мультиплікативного ефекту в економіці регіону. Встановлено, що складові сфери туризму розвиваються в певних пропорціях і взаємозалежності та інтегруються з іншими системами.

У роботі окреслено позитивні та негативні аспекти взаємодії сфери туризму з соціально-економічною системою регіону, що дозволило встановити проблеми в управлінні інноваційним розвитком території. Доведено, що визначені особливості створюють підґрунтя для розробки механізму управління інноваційним розвитком регіональних туристичних систем. Запропоновано науково-методологічний підхід до аналізу функціонування сфери туризму регіону, який ґрунтується на теоретико-концептуальному та емпіричному методах.

Дослідження теоретичних основ формування інноваційних кластерів у сфері туризму регіону дозволили сформулювати уявлення щодо інноваційного кластера, як динамічної системи, що продукує інновації, а її учасники, при зміні зовнішніх або внутрішніх умов функціонування і розвитку, здатні до вдосконалення власної діяльності з урахуванням минулого досвіду. Запропоновано інструментарій формування інноваційних кластерів у сфері туризму регіону, який базується на сценаріях кластеризації, що сприяє залученню внутрішніх та зовнішніх інвестицій.

Проаналізовано сучасний стан і актуальні тенденції розвитку регіональних туристичних систем України, виявлено чітку диференціацію між регіонами, що є водночас і генераторами, і дестинаціями туристичних потоків, та регіонами, що переважно лише генерують туристичні потоки, окреслено перспективи формування політики інноваційного розвитку туризму в різних групах регіонів.

Удосконалено методологічні засади соціалізації як пріоритетного напрямку функціонування регіональних туристичних систем, окреслено актуальні проблеми гарантування безпеки туризму в контексті інноваційних пріоритетів в умовах зростання загроз зовнішнього середовища. Виділено напрями регіональної політики у сфері туризму, на засадах соціалізації та парадигми інноваційного розвитку – адміністративно-управлінський, освітньо-науковий, соціокультурний, організаційний, інфраструктурний, технологічний, екологічний, інформаційний.

Обґрунтовано перспективні з позицій інноваційної діяльності напрями туристичної спеціалізації регіонів України – сільський, екологічний та гастрономічний туризм. Розроблено підходи до регулювання розвитку цих видів туризму, які дають змогу оптимально використовувати усі компоненти туристичного потенціалу регіону в умовах необхідності розробки та впровадження інноваційних продуктів.

Виділено та схарактеризовано інноваційні напрями розвитку туризму на інституційному, регіональному та локальному рівнях, наголошено на ролі територіальних громад у процесі регулювання інноваційної діяльності. Сформульовано такі принципи регіональної політики інноваційного розвитку туризму як об'єктивізація, конвергентність, субсеквентність, збалансованість, сталість. Розроблено дві моделі інноваційного розвитку туризму в регіоні – стаціонарну та синергетичну, кожна з яких складається з трьох стадій.

Обґрунтовано напрями (інституційний, організаційний, соціальний, просторовий), цілі, пріоритети та очікувані результати стратегії інноваційного

розвитку туризму в регіоні. У функціональному вимірі виділені напрями реалізуються через вплив системи регуляторів на низку об'єктів та процесів інноваційного розвитку туризму в регіоні (види туризму; форми організації турів; транспортні засоби та шляхи; засоби розміщення; концепції та технології ресторанного обслуговування; управління якістю послуг; менеджмент туристичних підприємств; публічне управління у сфері туризму; маркетинг туристичних послуг; туристичний брендинг регіону; туристична кластеризація).

Для забезпечення соціально-економічної ефективності розвитку агротуристичної діяльності в регіоні оцінено ступінь агротуристичної привабливості сільських поселень регіону за допомогою розробленого алгоритму, а також економічну ефективність розвитку агротуристичної моделі. Агротуристична діяльність створює передумови для перетворення агротуризму у важливий фактор соціально-економічного розвитку регіону.

За результатами досліджень механізму управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні доведено, що прогнозування інноваційної діяльності не слід відносити виключно до прогнозування науково-технічних змін виробничої системи та суб'єктів господарювання, а також і до прогнозування тільки технічного і технологічного розвитку регіону.

Державне регулювання рекреаційно-туристичного комплексу має здійснюватися за допомогою як адміністративно-правових, так і фінансово-економічних методів. Для вдосконалення процесу регулювання більш виправданим є застосування фінансово-економічних методів впливу на туристичну галузь.

Логічне узагальнення основ формування інноваційних кластерів у сфері туризму регіону дозволило переконатися в тому, що «інноваційний кластер» – це динамічна система, яка продукує інновації, а учасники, при зміні зовнішніх або внутрішніх умов функціонування і розвитку, здатні до вдосконалення власної діяльності з урахуванням минулого досвіду та розробити дієвий інструментарій

формування інноваційних кластерів. Розвиток туризму і рекреації в регіоні в рамках створення єдиного рекреаційно-туристичного кластера є не тільки ефективним методом розвитку зазначеного сектора економіки, а й механізмом підвищення рівня соціально-економічного розвитку регіону, покращення іміджевого сприйняття його території населенням інших регіонів (держав).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абаев А.Л. Региональный уровень инновационной политики. *Региональная экономика: теория и практика*. 2008. № 21 (78). С. 51–60.
2. Антонов Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Київ: Знання, 2008. 661 с.
3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. Л.Г.Агафонова, О.Є. Агафонова. Київ, 2002. 422с.
4. Антоненко В. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. *Філософські нариси туризму*. Київ, 2005. С. 223–233.
5. Арбузова Ю.В. Перспективні напрямки розвитку зеленого туризму в Україні. *Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві*. 2013. № 3. С. 120–128.
6. Алексеева Т. І. Міжнародні організації: Навч. посіб. Т.І. Алексеева Харківський національний економічний ун-т. Харків: ХНЕУ, 2006.
7. Афанасьев М., Мясникова Л. Мировая конкуренция и кластеризация экономики. *Вопросы экономики*. 2005. № 4. С. 75-86.
8. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2004. 288 с.
9. Бабінова О. Регіональна політика як предмет науково-теоретичного аналізу. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, 2009. Вип. 3. С. 143–150.
10. Бабкин А.В. *Специальные виды туризма*. Учебное пособие. Ростов-на-Дону 2008. URL: www.tourlib.net
11. Бабкин А.В., Хватова Т.Ю. Модель национальной инновационной системы на основе экономики знаний. *Экономика и управление*. 2010. № 12.

С. 170–176.

12. Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіоні України. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України : матеріали III Всеукраїнської. наук.-практ. конеренції (19-20.10.2018 р., м. Львів)*. Львів, 2018. С. 62–64.

13. Батьковець Г.А. Інвестиційна політика в сфері туризму. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. 2007. № 2. С. 87–91.

14. Бахшян Э.А. Кластеры в современной экономике: сущность, характерные черты и генерируемые эффекты. *Теоретическая и прикладная экономика*. 2019. № 1. С. 64–74.

15. Бездудный Ф.Ф., Смирнова Г.А., Нечаева О.Д. Сущность понятия «инновация» и его классификация. *Инновации*. 1998. № 2–3. С. 3–13.

16. Бібліотка економіста онлайн. Макроекономіка. Відтворення і економічне зростання. URL: <http://library.if.ua/book/11/1078.html>. (дата звернення 24.02.2022).

17. Бойко М., Гопкало Л. Засади формування пріоритетних напрямів туристичної політики України. *Регіональна економіка*. 2016. №1(35). С. 222-229.

18. Бойченко Е.Б. Вплив інституційних чинників на відтворення регіонального соціуму. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 9. Ч. 1. С. 228–232.

19. Бондаренко М.П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис*. XXI. 2012. № 3-4. С. 19-22.

20. Будович Ю.И. Теория объема исследования бухгалтерского учета – науки. *Международный бухгалтерский учет*. 2015. № 40. С. 2–18.

21. Бурик З. Тракткування сутності понять: сталий розвиток, державне управління, державне регулювання, державне регулювання сталого розвитку. *Теоретичні та прикладні питання державотворення*, 2017. Вип. 21. С. 10–19.

22. Бурков В.Н. та ін. Введення в теорію управління організаційними системами, 2009. 264 с.
23. Буснюк С.В. Державне регулювання процесу формування та функціонування кластерів в Україні. *Економічний форум*. 2014. № 1. С. 23-28.
24. Бушуєв В.В. О дефиниции «индустрия туризма». *Культура народів Причорномор'я*. 2001. № 25. С. 179–182.
25. Варналій З.С. та ін. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: монографія. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень, 2007. 820 с.
26. Варналій З.С., Гармашова О.П. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення: монографія. Київ: Знання, 2013. 387 с.
27. Васильчук Н.О. Науково-методичний підхід до вибору організаційних форм міжрегіонального співробітництва. Наукова доповідь. Київ, 2016. 20 с.
28. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг: навч. посібник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. 202 с.
29. Вершицький А.В., Вершицька О.Р. Інфраструктурне забезпечення підвищення конкурентоздатності туризму. *Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління*. 2010. Т. 23 (62), № 3. С. 72-80.
30. Вікіпедія. Інновація URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення 16.08.2022)
31. Вінниччина туристична. URL: <http://www.vin.gov.ua/bilshe/region/vinnychchyna-turystychna> (дата звернення: 20.05.2022).
32. Власова Н., Смирнова В., Семененко Н. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. *Культура народів Причорномор'я*, 2009. №176. С. 113–114.

33. Войнаренко М. Конкуренція кластерів – шлях до відродження виробництва на регіональному рівні. *Економіст*. 2000. № 1. С. 12-15.

34. Волчук Н.М., Лажнік В.Й. Державна територія як специфічний ресурс соціально-економічного розвитку європейських країн. *Науковий вісник Волинського державного університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2011. № 1. С. 114–149.

35. Воронкова В. Г., Андрюкайтене Р., Максименюк М. Ю. Формування концепції ноосферно-інформаційно-інноваційного розвитку адміністративного нооменеджменту у сучасну епоху. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 69 (2017). С. 44–50.

36. Вуйцик О. Механізм державного регулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України. *Сучасні проблеми економіки та управління*. Львів : Апріорі, 2008. № 1. С. 48-54.

37. Вуйцик О.І. Рекреаційно-туристичний комплекс: питання термінології. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 3 (46). Ч. 2. С. 39–44.

38. Гаврилюк А. М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні : автореф. дис. ... к.держ.упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» Київ, 2011. 23 с.

39. Гайдук А.Б. Дослідження розвитку світової туристичної індустрії з використанням методу сценаріїв. *Регіональна економіка*. 2008. № 3. С.152-160.

40. Гарбар Ж.В., Гонтарук Я.В. Маркетингові інновації в індустрії гостинності України. *Індустрія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 5. С. 36–44

41. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29-31.

42. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції

розвитку: монографія за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. Одеса: Астропринт, 2013. 334 с.

43. Глушко В. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. *Торгівля і ринок України*, 2016. №39-40. С. 166–175.

44. Голод А. *Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування*: монографія. Львів: ЛДУФК, 2017. 350 с.

45. Головня О. М. Виставково-ярмаркова діяльність як інтеграційний інструмент реалізації інтересів АПК. *Проблеми економіки*. 2022. №1. С. 20–25. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-1-20-25>

46. Голод А.П., Іжевська О.П., Коркуна О.І.. Кластерна модель розвитку індустрії гостинності регіону. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 4(21). С. 375–380. URL : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/60.pdf (дата звернення: 10.02.2022).

47. Голод А.П., Мисяк О.М. Етнічний туризм у Карпатському регіоні: структурні особливості та проблеми розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2015. Випуск 15. Ч. 1. С. 85–87.

48. Голод А.П., Федоришина Л.М. Соціальні проблеми організації міжнародного в'їзного туризму в Україні. *Сталий розвиток економіки*. 2019. №1(42). С. 115–121.

49. Голод А. П. Модель соціоекологоекономічної безпеки регіональних туристичних систем. Концептуальні основи соціоекологоекономічної безпеки: кол. моногр. Луцьк. 2018. С. 272–285.

50. Горбач Л.М., Кобук А.Л. Інноваційний розвиток у сучасному світі: основні підходи до вивчення. URL : http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_gorbach.htm (дата звернення: 11.05.2022).

51. Гонтарук Я.В. Стан та тенденції розвитку промисловості Вінницького регіону. *Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія: Економічні науки*. 2011. № 4 (55) Т. 2. С. 156-162.
52. Григор'єва Я. В. Кластери як чинник активізації туристичної діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 7. С. 73–79.
53. Грицаєнко М.І. Сутність та склад інноваційного потенціалу регіону. *Економіка розвитку*. 2013. № 4 (68). С.52-57.
54. Гуржий Н., Третинко А. Инновационные технологии в туристической индустрии. *Устойчивое развитие экономики*, 2013. № 3. С. 221–224.
55. Давидова О.Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. (Серія «Економіка»)*. 2015. № 7 (172). С. 65-69.
56. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку / Пер. з англ.: Київ: Інтелсфера, 2002. 312 с.
57. Джаман М.О. Теорія економіки регіонів. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 384 с.
58. Державна регіональна політика та розвиток територій в умовах змін. Спеціально для об'єднаних громад. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/1759> (дата звернення: 5.05.2022).
59. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.05.2022).
60. Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=4819b04d-99d6-47d3-a0db-fd4a4215f13d> (дата звернення: 20.05.2022).
61. Підвальна О.Г., Богуславська О.І. Розвиток сучасної індустрії туризму в регіоні на засадах інноваційних процесів. *Економічний простір: збірник наукових праць*. 2021. № 168. С. 93-96
62. Доценко М.С. Інновації в туризмі України. Сучасні тенденції

розвитку туризму: матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. Миколаїв, 2015. С. 31–34.

63. Драпушко Р. Індустрія туризму: міжнародний та вітчизняний досвід. *Вісн. Ін-ту розвитку дитини. (Серія «Філософія, педагогіка, психологія»)*. 2014. Вип. 35. С. 31–36.

64. Дубодєлова А.В., Кулиняк І.Я., Бондаренко Ю.Г. Кластерний підхід до аналізу розвитку міжнародного туризму в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.6. С. 195-201.

65. Дусенко С.В. Соціологія туризму: соціально-культурний аспект. Сервіс PLUS. 2011. № 4. С. 18–26.

66. Дядечко Л.П. *Економіка туристичного бізнесу*. К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.

67. Дьяченко О.Н., Полесская О.П. *История туризма: учеб. пособие*. Брянск: ФГБОУ БГУ, 2016. 130 с.

68. Енциклопедія сучасної України. Венчурний капітал. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=33454 (дата звернення 20.04.2022).

69. Євменов А.Д. Формування механізму управління економікою регіону. Санкт-Петербург: Діалог, 2005. 220 с.

70. Європейська Хартія регіональних мов або мов меншин. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi> (дата звернення 23.02.2022).

71. Жихор О.Б. Роль теорій інновацій та інноваційного розвитку у формуванні регіональної інноваційної політики. *Економіка промисловості*. 2009. № 1. С. 132-137.

72. Завадский Й.С., Осовська Г.В., Юшкевич О.О. *Словник економічних термінів: менеджмент, маркетинг, підприємництво*. Навчально-методичний посібник. Житомир. ЖІТІ, 1999. 444 с.

73. Задорожна К.І. Соціальний туризм у системі туристичної галузі: концептуалізація та інтеграція. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного*

інституту. 2016. № 2(62). С. 17–27.

74. Зайцева В.М. та ін. *Використання інноваційних технологій в галузі туризму* : монографія. Запоріжжя : Дике Поле, 2015. 143 с.

75. Закон України «Про місцеве самоврядування» 1997. Відомості Верховної Ради України, 24, 170.

76. Законодавство України. Офіційний сайт Верховної Ради України URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws> (дата звернення 16.02.2022).

77. Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 05.02.2015 № 156-VIII URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text> (дата звернення 27.02.2022).

78. Закони України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 02.03.2015 № 222-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19> (дата звернення 18.02.2012).

79. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 06.11.2022).

80. Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1771-14#Text> (дата звернення 06.11.2022).

81. Звіт Державного підприємства інституту інтелектуальної власності «Укрпатент» у 2018 році. Видання ДП «Український інститут інтелектуальної власності» Укрпатент, 2019. 72 с.

82. Зибарева О.В. Девіантна соціалізація економіки регіонів України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05. Черкаси, 2014. 40 с.

83. Зима А.Г. Статистические показатели международного туризма в 2007 году. *Бізнес-інформ*. 2009. № 3. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/zima2007.htm (дата звернення: 12.02.2022).

84. Голод А. П., Гончаренко М. Ф., Никига О. В., Євдощенко О. В.

Інноваційні засади сталого розвитку етно-гастрономічного туризму в регіоні. *Вісник Донецького державного університету управління. Серія Економіка*. 2020. № 4(89). С. 40–47.

85. Інноваційний менеджмент : навч. посібник Л.І. Михайлова, О.І. Гуторов, С.Г. Турчіна, І.О. Шарко. Вид. 2-ге, доп. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 234 с.

86. Кабешев Р.В., Рыхтик М.И. Парадоксы управления национальными инновационными системами: зарубежный опыт. *Мир науки, культуры, образования*. 2011. № 6(31). С. 357–359.

87. Кубай О.Г. Академічне підприємництво як фактор формування інноваційного потенціалу регіонального розвитку. *Всеукраїнський фестиваль інновацій. Розвиток академічного підприємництва в закладах вищої освіти та наукових установах України: Круглий стіл*, 16 травня 2019 року, м. Київ

88. Караванський О.В. Регіональна політика України на сучасному етапі. *Регіональна економіка*. 2005. № 4. С. 170–182.

89. Калетнік Г.М., Лутковська С.М. Екологічна модернізація та органічне виробництво в системі екологічної безпеки: монографія. ТОВ «Друк плюс» Вінниця. ВНАУ 2022. 356 с.

90. Карташевская И.Ф. Теоретические аспекты кластерного моделирования в туризме. *Экономика Крыма*. 2011. № 3. С. 152–155.

91. *Керівництво Осло. Рекомендації щодо збору та аналізу даних стосовно інновацій*. Київ, 2009. 163 с.

92. Кизим М.О. Промислова політика та кластеризація економіки України : монографія. Харків : ВД «Інжек», 2011. 304 с.

93. Киосаки Р. Т. Квадрант денежного потока. Ужгород : 2001. 192 с.

94. Коваль П. Ф. Алешугіна Н. О., Андреева Г. П. Розвиток розважального сектору туризму як засіб зміцнення туристичного потенціалу України. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 6. С. 78–83.

95. Коваль О.М. Перспективи створення туристичних кластерів на Закарпатті. URL:tisit.edu.ua/tisit_news/128 (дата звернення 18.04.2022).

96. Ковальова Ю.М. Кластер як новий інструмент модернізації економіки. *Схід*. 2017. №5(83). С.9-13.

97. Ковальчук І.Є. Перспективи кластерної моделі розвитку туризму в Карпатському регіоні (на прикладі Закарпатської області). *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 3. С. 148–153.

98. Ковальчук І.Є. Проблеми та перспективи кластеризації туристичної галузі Закарпаття. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія економіка*. 2014. №1. С. 67-71.

99. Колодинский С.Б. Рационализация кластерных структур инновационного развития региона. Материалы IX Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы инновационной деятельности», Симферополь, 2012. С. 68-71.

100. Колосінська М.І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/jpdf/eui_2011_2_22.pdf (дата звернення 11.02.2022).

101. Коновал Ю.В. Економічна сутність поняття «інновація». *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2014. Вип. 1(1). С. 336–341.

102. Конституція України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996. № 30. С. 141. URL: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254%](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254%0) (дата звернення 21.02.2022).

103. Коренчук А.А. Обеспечение конкурентоспособности региона на основе кластерного подхода: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Академия экономики и предпринимательства Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина. Тамбов, 2008. 24 с.

104. Коркуна О.І., Никига О.В., Підвальна О.Г. Гастрономічний туризм як

чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір: Збірник наукових праць. № 155. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 40–43.

105. Коркуна О.І., Никига О.В., Підвальна О.Г. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем. Інноваційна економіка, 2020, №3-4, с. 98–104.

106. Корнілова В., Корнілова Н. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*, 2018. Вип. 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf. (дата звернення 16.02.2022).

107. Корольчук Л.В. Механізм запровадження кластерної моделі розвитку туризму в транскордонному регіоні. *Економічні науки*. (Серія «Облік і фінанси»). 2012. Вип. 9. С. 127–133.

108. Котенко Т.М. Соціальний вимір розвитку рекреації та туризму : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.07. Київ, 2016. 240 с.

109. Краевский В. В. Методология педагогики: *Пособие для педагогов-исследователей*. Чебоксары: Изд-во Чуваш, ун-та, 2001. 244 с.

110. Крупський О.П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Менеджмент інновацій*. 2015. Вип. 4. Т. 22. С. 64–71.

111. Куніцин С.В. Організаційний механізм управління розвитком підприємств туристично-рекреаційного кластера : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04; Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського. Сімферополь, 2013. 40 с.

112. Левченко Т.А., Тунгусова Е. В. Кластерные структуры: основные характеристики и генерируемый эффект. *Фундаментальные исследования*/ 2017. № 3. С. 144-148.

113. Липчук В.В., Липчук Н.В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку. Львів: СПОЛОМ, 2008. 160 с.

114. Литвин О.В. Формування регіональної туристичної політики в

Україні. Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки : матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Умань, 30 листопада - 01 грудня 2017 р.). Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2017. С. 294–296.

115. Лукінов І. До питання про концепцію і модель сучасного економічного розвитку України. *Економіка України*. 2001. № 6. С. 4–15.

116. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посіб. Київ: Альтпрес, 2005. 436 с.

117. Малімон В.В. Перспективи організації регіонального кластеру медичного туризму у стоматології. *Економічний простір*. 2013. № 70. С. 72–81.

118. Підвальна О.Г., Богуславська О.І. Розвиток сучасної індустрії туризму в регіоні на засадах інноваційних процесів. *Економічний простір: збірник наукових праць*. 2021. № 168. С. 93-96.

119. Мармуль Л.О., Сарапіна О.А. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств. Київ: ННЦ ІАЕ, 2006. 182 с.

120. Маршалл А. Принципы экономической науки, М.: Прогресс, 1993. 309 с.

121. Масюкова Н. А. Проектирование в образовании. Минск: Технопринт, 1999. 286 с.

122. Єгупова, І.М. Індустрія гостинності: поняття, склад та місце у сфері послуг. *Економіка та суспільство*. 2021. № 29. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-50>.

123. Матвійчук Л., Тищук І. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. 260 с.

124. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму. *Державне будівництво*. 2010. № 2.

URL:<http://www.nbuuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2010-2/index.html> (дата звернення 11.04.2019).

125. Мельниченко О.А., Величко Л.Ю. Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання. *Теорія та практика державного управління*. 2015. Вип. 4. С. 3-9.

126. Міжнародні рекомендації по статистиці туризму ЮНВТО (МРСТ2008). Статистичні документи. Серія М № 83, Мадрид, Нью-Йорк, 2010. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1r.pdf (дата звернення 02.02.2019).

127. Мигранян А.А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой. *Вестник КРСУ*. 2002 № 3. С. 30–34.

128. Мингалева Ж., Ткачева С. Кластеры и формирование структуры региона. *Мировая экономика и международные отношения*. 2000. №5. С.97-101.

129. Мінкультури запускає проект Е-обліку пам'яток України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2723634-minkulturi-zapuskae-proekt-eobliku-pamatok-ukraini.html> (дата звернення: 20.05.2022).

130. Міністерство розвитку, економіки, торгівлі та сільського господарства. Галузеві стандарти. Перелік національних стандартів сфери туризму. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=ecfd6c5a-1760-4d8d-a931-3a63f64e2310&title=GaluzeviStandarti>

131. Мироненков К.Н. Понятие инновационного цикла и его использование в управлении инновационной деятельностью организации. *Корпоративный менеджмент*, 2008. № 6. С. 94–96.

132. Мірошник Р.О., Щир І.В. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. *Проблеми економіки та управління*. 2013. № 754. С. 41–46.

133. Можливості працевлаштування молоді у сфері зеленого туризму :

методичні рекомендації щодо започаткування власної справи / за заг. ред. О.В. Кулініча. Харків: Ін-т соціальної політики регіону, 2011. 124 с.

134. Моїсєєва Н.І., Пилипенко С.Г., Омельченко Г.Ю. Диспозитиви туризму: розмаїття сенсів. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. № 193. С. 139–148.

135. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.

136. Нестерчук І.К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Географічні науки*, 2017. Вип. 6. С. 193–199.

137. Николаев С.В. Особенности фактора сезонности на деятельность субъекта индустрии туризма. *Transport business in Russia*. №2. 2015. С. 117-118.

138. Носов О.Ю., Черничко Т.В. Нормативно-правове регулювання кластеризації в Україні. *Науковий вісник Мукачівського державного університету, Серія Економіка*. Випуск 1 (11). 2019. С. 21-27.

139. Окно в Европу требует расширения. *Туризм*. 2007. № 4. С. 8.

140. Оніпко Т.А. Інноваційні кластери США як фактор зростання конкурентних переваг країни. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. Херсон. 2017. № 7 (47) липень. С. 444–450.

141. Оніпко Т.А. Інноваційно-кластерний розвиток як чинник зростання конкурентоспроможності економічних систем: дис. ... канд. економ. наук : 08.00.01. Полтава, 2019. 280 с.

142. Оптимізаційні методи і моделі : підручник. Київ : НУБІП, 2014. 372 с.

143. Организация туризма: учеб. пособие / под общ. Ред. А.П. Дуровича. Минск: Новое знание, 2008. 221 с.

144. Основи методології та організації наукових досліджень : навч. посіб. за ред. А. Є. Конверського. Київ: Центр учбової л-ри, 2010. 352 с.

145. Основы философии науки: Учебное пособие для аспирантов. Ростов н/Д: Феникс, 2005. 122 с.

146. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <http://www.minagro.gov.ua/>.

147. Охріменко А. Особливості функціонування рекреаційного комплексу в умовах сталого розвитку. *Регіональна економіка*. 2006 № 2. С. 224-228.

148. Охріменко А. Г. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку. *Університетські наукові записки*/ 2013. № 1. С. 495–500.

149. Панюк Т.П., Лукомська О.І. Аналіз туристичної галузі України в контексті розвитку сільського зеленого туризму. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 31 (2). С. 79–85.

150. Перевозникова О. Роль місцевих органів влади у процесі створення та функціонування кластерів URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znpdduu/du/2011_194/o.htm

151. Пересунько З.М. Теоретичні аспекти розвитку інноваційної теорії. *Ефективна економіка*. 2013. №7. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_7_39 (дата звернення: 10.02.2020).

152. Підвальна О. Г., Балахонова О. В., Лаглер К. Сталий економічний розвиток регіону: інвестиційна складова. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. Випуск № 9. 2018 (37). С. 24-32.

153. Підвальна О.Г. Вплив розвитку агротуристичної діяльності на покращення соціально-економічної діяльності. *Економіка, фінанси, управління: актуальні питання науки та практичної діяльності*. №10. 2019 (50). С.82-88.

154. Підвальна О.Г., Дармограй В.І. Особливості агротуризму в регіоні. *Актуальні питання розвитку сучасної економіки, управління та адміністрування*: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 28 грудня 2019 р. Київ: Таврійський національний університет імені

В.І. Вернадського, 2019. Ч. 2. С. 9-11.

155. Підвальна О.Г. Концепція управління інноваційними процесами регіонального туристично-рекреаційного комплексу. *Scientific journal Innovative Solutions In Modern Science*. № 3(39), Dubai 2020. С. 92-102.

156. Підвальна О.Г., Лаглер К., Кришталь Т.М. Інвестиційний потенціал регіону як основа забезпечення його сталого розвитку. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. №5 (90), 2018 – С. 13-18.

157. Підвальна О.Г., Богуславська С.І., Мельниченко Г.М. Регіональне ресурсне забезпечення як закрита економічна система: матеріали XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та спеціалістів «Історія освіти, науки і техніки в Україні». м. Київ 17 травня 2019 року. С. 295-297.

158. Підвальна О.Г., Бондаренко В.М., Кришталь Т.М. Сталий соціально-економічний розвиток регіону: проблеми, цілі, завдання. *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія «Економіка»*. Т. XIX, вип. 309. Маріуполь, Донецький державний університет державного управління, 2018. С. 103-111.

159. Підвальна О. Г., Бондаренко В. М., Чечетова Н.Ф. Методичні підходи до оцінки сталості розвитку регіону. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*, Випуск № 10. 2018 (38). С. 51-62.

160. Підвальна О.Г. Інноваційна діяльність в галузі регіонального туризму: система понять. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. Науковий журнал*. Херсон: 2018. № 30 (19). Т. 2. С. 78-83.

161. Підвальна О.Г. Інноваційна структура туристично-рекреаційного комплексу та фактори його розвитку на регіональному рівні «Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія:

Економіка і управління». Том 31 (70). № 1, 2020. С. 26-30.

162. Підвальна О.Г. Інноваційні напрями розвитку сільського туризму в структурі регіональних туристичних систем. *Інфраструктура ринку Електронний науково-практичний журнал*. Випуск 43. 2020. С. 334-337.

163. Підвальна О.Г. Кластеризація туристичного сектора регіональної економіки: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «*Економічний потенціал країни: наукові підходи та практика реалізації*». 2 березня 2019 року. м. Одеса. С. 79-81.

164. Підвальна О.Г. Концептуальні засади формування регіональної політики у сфері туризму. *Ефективна економіка*. 2019. № 3.

165. Підвальна О.Г., Коркуна О.І., Никига О.В. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем. *«Інноваційна економіка» науковий журнал*, 2020. С.98-104.

166. Підвальна О.Г., Коркуна О.І., Никига О.В. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 155. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 40-43.

167. Підвальна О.Г. Особливості створення єдиного рекреаційно-туристичного кластера в Черкаському регіоні. *Сучасні тенденції розвитку менеджменту та фінансово-економічної безпеки: Матеріали всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції*, м. Черкаси, 28 квітня 2020 р. Черкаси: Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького, 2020. С. 23-25.

168. Підвальна О. Г. Особливості формування кластерів в туристичному секторі регіональної економіки. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки: Збірник наукових праць. Маріуполь: ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»*, Вип. 36. 2018. С. 111-115.

169. Підвальна О.Г. Напрями управління інноваційною діяльністю в компаніях індустрії туризму: територіальний аспект. *Науково-виробничий*

журнал «Бізнес-навігатор». 2019. Випуск 6.1-2 (56). С. 87-92.

170. Підвальна О.Г. Наслідки впливу розвитку рекреаційно-туристичного комплексу на економіку регіону *Стан розвитку інфраструктури підтримки бізнесу: національна та міжнародна практика: збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 7 грудня 2019 р.)* / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». Одеса: ЦЕДР, 2019. С. 59-60.

171. Підвальна О.Г. Наукові положення оцінки інвестиційної активності економіки *Наукові засади розвитку знань економічної теорії: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції з економічної теорії.* (м. Черкаси, 21 квітня 2016 р.). Черкаси: Черкаський державний технологічний університет, 2016. С. 77-79.

172. Підвальна О.Г., Овсюк Н.В. Державне регулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* Том 31 (70). № 1, 2020. С. 175-179.

173. Підвальна О.Г. Рекреаційно-туристичні комплекси в соціально-економічному розвитку країни та її регіонів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* Том 30 (69). № 5, 2019. Частина 2. С. 150-154.

174. Підвальна О.Г. Розвиток регіонального туризму і рекреації в рамках єдиного рекреаційно-туристичного кластера в Черкаському регіоні *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління «Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку».* Серія «Економіка». Т. XX, вип. 314. Маріуполь, Донецький державний університет державного управління, 2019. С 139–146.

175. Підвальна О.Г. Туристичний потенціал регіону. *Теорія і практика сучасної економіки: матеріали XVII Міжнародної науково-практичної*

конференції (21 жовтня 2016 р.) / від. ред. Р.В. Манн; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: ЧДТУ, 2016. С. 79-80.

176. Підвальна О.Г. Фактори розвитку сфери туризму: регіональний аспект. *Підприємництво та інновації*. Випуск 11, 2020. Частина 2. С. 66-71.

177. Підвальна О.Г. Фактори, які стримують розвиток туристичного сектора в Україні. *Напрями розвитку ринкової економіки: нові реалії та можливості в умовах інтеграційних процесів*: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 30 листопада 2019 року) / За заг. ред.: М. М. Палінчак, В. П. Приходько, А. Кгунські. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2019. Ч. 2. 136 с. С. 14-16.

178. Підвальна О.Г., Феленчак Ю.Б. Соціальні аспекти інноваційного розвитку туризму в регіоні. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. №2 (58). С. 152-158.

179. Підвальна О.Г. Формування механізму управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні *Науковий журнал «Підприємництво та інновації»*. Випуск 10, 2019. С. 107-113.

180. Пивоварова М.А., Бутов А.В. Кластер как базовая структура инновационной экономики. Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики - сборник научных трудов *Международной научно-практической конференции* (19-20 марта 2015 года), том 1, Юго-Зап. гос. ун-т. Курск, 2015. С 34-38.

181. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/siltur7.htm (дата звернення: 12.05.2022).

182. Писаренко Т.В.. Інноваційна діяльність в Україні у 2019 році: науково-аналітична доповідь. Київ: Український інститут науково-технічної інформації, 2020. 45 с.

183. Плотнікова М.Ф. Зелений туризм як механізм багатофункціонального розвитку. *Східна Європа: економіка, бізнес та*

управління. 2018. Вип. 1. С. 98-100.

184. Плотность и размещение населения. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 21.02.2022).

185. Поліщук Н.В. Державна підтримка активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2009. Вип. 2. С. 310–317.

186. Пономарева И.Ю., Малафий А.С. Устойчивое развитие туризма и его влияние на социальные процессы. *Известия ТулГУ. Гуманитарные науки*. 2010. №1. С.209-215.

187. Поняття «регіон», його економічний зміст та місія регіону URL: https://pidru4niki.com/1529052762963/rps/ponyattya_region_yogo_ekonomichniy_zmist_misiya_regionu (12.02.2022).

188. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. Пер. с англ. Под ред. В.Д. Щетинина. Москва: Международные отношения, 1993. 896 с.

189. Портер М., Конкуренция. Обновленное и расширенное издание, Москва: Вильямс, 2013. 496 с.

190. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» від 11.11.2015 № 991. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF> (дата звернення 18.02.2022).

191. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2013 р. № 638-р. «Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року». URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/246640434> (дата звернення 20.02.2022).

192. Белкін І.В., Гонтарук Я.В., Трапаїдзе С.М. Культурна етика ділового спілкування як основа взаємодії між основними учасниками на ринку. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2022. Випуск 3 (36). С. 45-49. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.36-7>

193. Пугач Н. А. Особливості кластерного підходу в розвитку сільського туризму в Україні. *Науковий вісник національного університету біоресурсів і природокористування України. (Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес»)*. 2013. Вип. 181. С. 267–273.

194. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка і держава*, 2015. Вип. 5. С. 78–83.

195. Регула А. Інновації в туризмі: екологічний туризм. Сталий розвиток України: проблеми і перспективи: збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. Кам'янець-Подільський: Медобори, 2006, С. 148–150.

196. Семенов Г.А., Богма О.С. Кластери підприємств як передмова активізації розвитку регіональної економіки. *Економіка та держава*. 2006. №4. С. 11-13.

197. Семенов В.Ф., Басюк О.В. Використання потенціалу нової економіки при формуванні регіональних інноваційних структур організації і управління туризмом: монографія. Одеса: Атлант, 2013. 356 с.

198. Мендела І.Я., Мендела Є. М. Маркетингові інновації в готельному бізнесі. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 4. С. 21-25.

199. Сильванская Г. Н., Попович А. В. Кластерный подход к позиционированию в туризме. *Методи та засоби управління розвитком транспортних систем*. 2013. Вип. 1. С. 159–180.

200. Синергетичний підхід: URL: <http://eklit.narod.ru/eroh/index.html> (дата звернення 01.10.2022).

201. Системний аналіз і логістика : навч. посіб. В.С. Маруніч, О.І. Мельниченко, О.М. Смолівик [та ін.]. Київ: КНЕУ, 2009. 272 с.

202. Сільський зелений туризм: перспективи розвитку. URL : <http://www.visnuk.com.ua/ru/news/id/3100> (дата звернення: 10.05.2020).

203. Смелова О.В. К истории формирования и развития концепции национальных инновационных систем. *Проблемы современной экономики*. 2011. № 2. С. 40–43.

204. Соколенко С.І. Світовий і національний досвід формування інноваційних кластерів. *Стратегії конкурентоспроможності регіонів в умовах глобалізації: український та закордонний досвід: IV національний форум з питань регіонального розвитку* (м. Київ, 12.11.2008 р.).

205. Соловйов В., Кореняко Г., Головатюк В. *Інноваційний розвиток регіонів: питання теорії та практики* : монографія. Київ : Фенікс, 2008. 224 с.

206. Соколенко С.І. Производственные системы глобализации: сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Укр. Контекст. Київ : Логос, 2002. 646 с.

207. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави : національна доповідь / [за заг. ред. В. М. Гейця]. Київ : НВЦ НБУВ, 2009. 687 с.

208. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/168-2017-%D1%80>

209. Ткачук В.І. Європейська парадигма сільського туризму в умовах диверсифікації сільської економіки. *Вісник Житомирського НАЕУ*. 2010. № 1. С. 25-35.

210. Толковый словарь В. И. Даля. URL: <http://poiskslov.com/word>. (дата звернення: 22.01.2019).

211. Третяк А.М., Калганова І.Г. До питання про економічну сутність поняття інновацій та інноваційної діяльності у сфері землеустрою. *Землеустрій, кадастр і моніторинг земель*. 2016. №3. С. 54–64.

212. Трілленберг Г. Інноваційно-кластерний підхід до розвитку туризму України в умовах глобалізації. *Журнал європейської економіки*. 2014. Т. 13. № 4.

С. 401–414.

213. Федішин І.Б. Етимологічне походження та теоретичні засади категорії «інновація» та її класифікаційні ознаки. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2012. №3. С. 42-47.

214. Феленчак Ю.Б. Формування теоретичного підґрунтя соціальної доктрини туризму у вітчизняній науці. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 26(2). С. 92–95.

215. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія: Навч. посібник. Київ: Центр навч.літ., 2007. 312 с.

216. Харів П., Собко О. Активізація інноваційної діяльності промислових підприємств регіону : монографія. Тернопіль : Екон. думка, 2003. 184 с.

217. Чернікова В.І. Особливості інновацій у туризмі. *Вісник ДІТБ*. 2012. №16. С.89–94.

218. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

219. Чужиков В. Кластери як об'єкт державного регулювання. *Вісник УАДУ*. 2001. №4. С. 160-167.

220. Шевченко И.В., Алексеева Е.А. Регионализация и ее формирование на юге Европы. *Региональная экономика: теория и практика*. 2010. № 9. С. 2–7.

221. Шевчук Л.Т. Соціальна географія. Київ : Знання, 2007. 350 с.

222. Шимановська-Діанич Л.М., Власенко В.А. *Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України: теорія і практика* : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. 341 с.

223. Шимечко Г.І. Агротуризм як чинник активізації сільськогосподарського виробництва. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені*

С.З. Гжицького. Т.10. №3(38), Львів, 2008. С. 402-407.

224. Шовкалюк В.Ю. Кластери та інноваційний розвиток України. Інформаційно-аналітичні матеріали Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України, 2009 р. URL: http://old.dknii.gov.ua/?q=system/files/sites/default/files/images/Stvor_ta_funk_klasteriv.pdf (дата звернення 17.03.2022).

225. Шумпетер Й. *Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу*. Київ : Вид. дім «Києво-Могил. акад.», 2011. 242 с.

226. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. Ефективна економіка № 12, 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4659> (дата звернення 13.03.2022).

227. Щепанський Е. В. *Методологічна сутність і класифікаційні ознаки туризму*. Державне будівництво. 2010. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu_2010_1_23 (дата звернення 13.02.2022).

228. Шпикуляк О.Г. Інституціоналізм як методологія міждисциплінарного пошуку в економічній теорії. *Економіка АПК*. 2009. №11. С. 141-147.

229. Шпикуляк О.Г., Білокінна І.Д. Органічне виробництво як вектор розвитку «зеленого» бізнесу в агропродовольчому секторі. Сучасні управлінські та соціально-економічні аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання в умовах трансформації публічного управління: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, 5 листопада 2020 року, Одеса: Одеський національний політехнічний університет, 2020. С. 219-220

230. Янченко З. Б. Інноваційні кластери. Адаптація кращого світового досвіду до вітчизняних реалій. *Бізнес Інформ*. 2017. № 5. С. 62–66.

231. Andersson T., Schwaag-Serger S., Sorvik J., Hansson E.W. *The Cluster Policies Whitebook*. Sweden, Malmo: International organization for knowledge

economy and enterprise development (IKED), 2004. 250 p.

232. Bilgihan A., Nejad M. Innovation in hospitality and tourism industries. *Journal of Innovation*, 2015. Vol. 6 (3). URL: <https://doi.org/10.1108/JHTT'08'2015'0033> (date of access: 25.05.2020).

233. Bortagaray I., Tiffin S. Innovation clusters in Latin America. Paper presented at 4th International Conference on Technology Policy and Innovation. Brazil, Curitiba. Aug. 28 – 31, 2000. 40 p.

234. Brundtland Report URL: <https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un-milestones-in-sustainable-development/1987--> (date of access: 18.02.2019).

235. Clark G. The Innovation Economy Implications and Imperatives for States and Regions / G. Clark, T. Moonen, J. Nunley / NSW Innovation and Productivity Council (2018) URL : https://www.industry.nsw.gov.au/__data/assets/pdf_file/0007/163267/IPC-TheInnovation-Economy-2018.pdf.

236. Dosi G. Sources, procedures and microeconomic effects of innovation. *Journal of Economic Literature*, 1988. Vol. 26 (2). P. 1120–1171.

237. Drucker Peter. *Innovation and Entrepreneurship. Practice and principles*. Collins, 1993. 293 p.

238. Feldman M. P. Francis J., Bercovitz J. Creating a Cluster While Building a Firm: Entrepreneurs and the Formation of Industrial Clusters. *Regional Studies*. 2005. Vol. 39. № 1. P. 129–141.

239. Feser EJ. *Old and New Theories of Industry Clusters*. - London, 1998.

240. Elsner, W. An industrial policy agenda 2000 and beyond: Experience, Theory and Policy. *Bremen Contributions to Institutional and Social-Economics* (Eds.) Biesecker, A./ Elsner, W./ Grenzdorffer, K., No 34, 1998.

241. Frechtling, D. C. *Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies* / D. C. Frechtling. London: Butterworth-Heinemann, 2001. 279 p.

242. F. Y. Ye, S. Yu, L. Leydesdorff, The Triple Helix of University-Industry-Government Relations at the Country Level, and Its Dynamic Evolution under the Pressures of Globalization, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, т. 64, № 11, p. 2318, 2013.

243. Hnylytska L., Melnychuk D., Boguslavska S., Pidvalna O., Chechetova-Terashvili T. Security priorities in assessing the effectiveness of domestic enterprises. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 2021. № 2 (37). С. 374-385.

244. Gajdosik T. et al. Innovations and networking fostering tourist destination development in Slovakia, *Quaestiones Geographicae*, 2017. Vol. 36, DOI: 10.1515/quageo'2017'0039.

245. Global Innovation Index 2020. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report> (date of access: 22.05.2020).

246. Hall M., Mitchell R. Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences. *Niche Tourism, Contemporary Issues, Trends and Cases*, 2005. P. 89–100.

247. Hart D. A. Innovation Clusters: Key Concepts. United Kingdom: University of Reading, 2001. 15 p. URL: <http://www.reading.ac.uk/LM/LM/fulltxt/> (date of access: 22.05.2020).

248. Hamdouch A. Innovation clusters and networks: a critical review of the recent literature. Porto: Universidade do Porto, 2007. 30 p.

249. Hjalager A.M. Repairing innovation defectiveness in tourism, *Tourism Management*, 2002. 23, P. 465–474.

250. Knecht D. *Agroturystyka w agrobiznesie*. Warszawa : C.H. Beck, 2009. 97 p.

251. Kovalchuk Y., Furman I., Humenyuk H., Kucher A. Potential and Opportunities for Development of Tourism in Ukraine. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2020. Volume XI. Issue 1 (41). P. 194–201.

252. Leontieff, W., Straut A. Multiregional input-output analysis in «International conference on input-output techniques». Geneva, 1961. 119 p.
253. Panosiuk A. *Ekonomika Turystyki*. Warszawa : PWN, 2006. 232 p.
254. Peters M., Pikkemaat B. Innovation in Tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 2006. 6 (3-4). P. 1–6.
255. Pidvalna O., Kachala T., Romashchenko K. Organizational, methodological and economic imperatives of developing an innovation strategy of a region's sustainability on the basis of intellectual capacity building. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2022. Vol. 8. № 1. P. 118-125.
256. Porter, Michael E. Location, competition, and economic development: local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, Feb2000, Vol. 14.
257. Prusek A. *Strategia rozwoju regionów w warunkach gospodarki rynkowej*. Kraków : AE, 1995, 175 p.
258. Tourism for Sustainable Development in Least Developed Countries: Leveraging Resources for Sustainable Tourism with the Enhanced Integrated Framework Published: July 2017 Pages: 40. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418848> (date of access: 27.02.2019).
259. Travel & tourism economic impact 2018, World Travel & Tourism Council (WTTC). URL: <https://www.wttc.org/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf> (date of access: 22.05.2019).
260. Simmie J., Sennet J. Innovation in London metropolitan region. Innovative Clusters and Competitive Cities in the UK and Europe: working paper / D. Hart, J. Simmie, P. Wood, J. Sennett. Oxford: *Oxford Brookes School of Planning*, 1999. P. 51– 74.
261. Song, H. *Tourism Demand Modelling and Forecasting* / H. Song, S. F. Witt. New York: Routledge, 2011. 186 p.
262. *Sustainable Tourism for Development Guidebook Enhancing capacities*

for Sustainable Tourism for development in developing countries Contract nr URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415496> - Sunday, November 15, 2020. (дата звернення 27.02.2022).

263. Swann G.M.P. and Preveser M. A Comparison of the Dynamics of Industrial Clustering in Computing and Biotechnology. Research Polisy, 1996.

264. Vlasenko I. State enterprise in rural green tourism Ukraine and abroad. *Scientific Messenger LNUVMBT named after S.Z. Gzhytskyj*. 2017. № 19 (76). P. 26–30.

265. Voynarenko M. P. Investment Attraction Regional forum «Social aspects and financing of industrial restructuring». – 26 and 27 November 2003, Moscow, Russian Federation. *Topic 6. – Regional dimension of industrial restructuring. United Nations Economic Commission for Europe*. URL: <http://www.unece.org> (date of access: 22.05.22).

266. World Travel & Tourism Council Tourism Satellite Accounting Research. Documentation. Overview and Definitions. WTTC, 2001. 77 p.

ДОДАТКИ

Інформаційна база аналізу сучасного стану і тенденцій розвитку туристичної сфери регіонів України [67]

Регіони	Колективні засоби розміщування			Кількість розміщених осіб		Доходи від наданих послуг		
	усього, од	у % до загальної кількості	у тому числі готелі та аналогічні засоби розміщування	усього, осіб	у % до загальної кількості	Усього, тис. грн	у % до загальної суми	у розрахунку на 1 розміщену особу, грн
Вінницька	85	2,1	66	161649	2,4	330 653,2	3,0	2046
Волинська	131	3,2	58	124937	1,9	94 983,1	0,9	760
Дніпропетровська	228	5,5	120	422857	6,3	310 060,7	2,8	733
Донецька	121	2,9	45	142192	2,1	208 530,0	1,9	1467
Житомирська	80	1,9	67	85650	1,3	73 326,0	0,7	856
Закарпатська	250	6,1	208	313082	4,7	551 209,8	5,0	1761
Запорізька	374	9,1	131	319594	4,8	457 050,6	4,1	1430
Івано-Франківська	274	6,7	244	340680	5,1	468 063,7	4,2	1374
Київська	162	3,9	111	293519	4,4	381 056,0	3,4	1298
Кіровоградська	46	1,1	29	58553	0,9	38 216,5	0,3	653
Луганська	29	0,7	25	32974	0,5	36 847,0	0,3	1117
Львівська	337	8,2	277	987866	14,8	1 970 059,6	17,8	1994
Миколаївська	271	6,6	79	209681	3,1	158 526,3	1,4	756
Одеська	529	12,9	208	478104	7,2	813 975,7	7,3	1703
Полтавська	107	2,6	77	261530	3,9	426 879,8	3,8	1632
Рівненська	52	1,3	43	98798	1,5	84 447,8	0,8	855
Сумська	52	1,3	35	58098	0,9	43 462,6	0,4	748
Тернопільська	66	1,6	57	125262	1,9	46 405,7	0,4	370
Харківська	175	4,3	116	292245	4,4	393 250,5	3,5	1346
Херсонська	225	5,5	57	161183	2,4	226 881,9	2,0	1408
Хмельницька	90	2,2	74	183297	2,8	97 016,2	0,9	529
Черкаська	119	2,9	78	174712	2,6	71 163,0	0,6	407
Чернівецька	81	2,0	75	120017	1,8	39 754,9	0,4	331
Чернігівська	49	1,2	31	59253	0,9	55 806,9	0,5	942
м.Київ	182	4,4	163	1155444	17,3	3 719 297,3	33,5	3219
Всього	4115	100,0	2474	6661177	100,0	488888888	100,0	1666

Показники діяльності суб'єктів туристичної діяльності в Україні у 2020 році

Регіони	Суб'єкти туристичної діяльності			Обслужені туристи		Доходи від надання туристичних послуг	
	Усього, од.	у % до загальної кількості	у тому числі турагентів	Усього, тис. осіб	у % до загальної кількості	Усього, млн грн.	у % до загальної суми
Вінницька	87	2,0	78	42,2	0,9	44,4	0,2
Волинська	74	1,7	63	21,8	0,5	23,6	0,1
Дніпропетровська	416	9,7	404	117,0	2,6	99,7	0,5
Донецька	93	2,2	86	28,4	0,6	45,4	0,2
Житомирська	63	1,5	55	18,0	0,4	10,6	0,0
Закарпатська	91	2,1	75	25,3	0,6	29,1	0,1
Запорізька	188	4,4	174	56,4	1,2	46,0	0,2
Івано-Франківська	128	3,0	108	55,8	1,2	453,4	2,1
Київська	217	5,1	202	66,4	1,5	59,0	0,3
Кіровоградська	54	1,3	50	11,6	0,3	16,6	0,1
Луганська	29	0,7	28	6,3	0,1	7,5	0,0
Львівська	342	8,0	233	182,3	4,0	511,6	2,4
Миколаївська	87	2,0	81	19,0	0,4	16,6	0,1
Одеська	270	6,3	232	81,4	1,8	202,2	0,9
Полтавська	155	3,6	147	32,0	0,7	25,6	0,1
Рівненська	93	2,2	87	22,0	0,5	20,0	0,1
Сумська	79	1,8	76	16,2	0,4	15,8	0,1
Тернопільська	63	1,5	51	13,1	0,3	12,3	0,1
Харківська	266	6,2	254	62,2	1,4	86,6	0,4
Херсонська	80	1,9	71	26,1	0,6	53,9	0,2
Хмельницька	89	2,1	78	25,7	0,6	12,6	0,1
Черкаська	101	2,4	91	26,4	0,6	22,7	0,1
Чернівецька	77	1,8	67	29,6	0,6	29,0	0,1
Чернігівська	58	1,4	57	22,3	0,5	12,1	0,1
м. Київ	1093	25,5	717	3550,1	77,9	19769,8	91,4
Всього	4293	100,0	3565	4557,4	100,0	21625,9	100,0

Доходи від туристичної діяльності в регіонах України у 2013-2020 рр., млн. грн

Регіони	Роки									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020		
АР Крим	787,4	879,7	820,5	-	-	-	-	-	-	-
Вінницька	8,3	18,0	13,2	13,0	18,9	27,4	35,8	44,4		
Волинська	9,8	11,1	13,1	9,6	14,2	18,4	25,9	23,6		
Дніпропетровська	40,1	42,7	46,1	37,9	42,2	48,9	66,3	99,7		
Донецька	169,2	128,6	49,8	9,2	22,8	99,5	74,8	45,4		
Житомирська	4,1	3,6	4,3	3,5	4,0	6,0	6,8	10,6		
Закарпатська	12,2	16,8	10,0	9,5	9,4	13,2	16,7	29,1		
Запорізька	22,9	24,0	28,7	20,0	18,7	26,7	33,1	46,0		
Івано-Франківська	220,4	234,7	243,9	206,9	262,9	342,1	282,0	453,4		
Київська	17,9	6,4	20,2	7,5	11,6	22,8	38,5	59,0		
Кіровоградська	17,6	12,2	13,9	11,7	8,9	7,2	9,7	16,6		
Луганська	19,8	12,5	30,8	0,6	0,8	1,7	2,8	7,5		
Львівська	114,1	176,7	228,7	174,8	188,7	273,8	413,1	511,6		
Миколаївська	35,6	33,6	33,9	5,1	5,2	7,6	9,4	16,6		
Одеська	102,4	125,2	126,8	115,2	187,7	236,1	175,4	202,2		
Полтавська	8,0	10,5	10,0	7,5	6,8	9,9	13,4	25,6		
Рівненська	6,6	9,4	6,2	7,0	10,1	11,4	14,6	20,0		
Сумська	3,8	2,7	4,9	4,1	4,3	7,8	8,4	15,8		

Тернопільська	5,4	5,8	4,7	4,3	5,9	5,9	8,8	12,3
Харківська	54,8	39,0	45,0	28,3	35,2	45,6	66,5	86,6
Херсонська	47,5	24,3	11,2	14,3	82,0	152,7	197,7	53,9
Хмельницька	8,9	10,0	10,2	11,4	9,3	10,9	13,7	12,6
Черкаська	7,9	9,7	8,4	7,9	9,7	10,0	16,0	22,7
Чернівецька	12,5	8,3	10,5	8,7	16,1	31,5	52,9	29,0
Чернігівська	2,1	3,0	3,4	3,8	4,9	6,3	8,0	12,1
м. Київ	3198,5	4806,3	4698,4	4844,9	4035,3	10512,3	17432,1	19769,8
Всього	4937,7	6654,9	6496,8	5566,6	5015,3	11935,7	19022,6	21625,9

Таблиця А.3

Кількість колективних засобів розміщування в регіонах України у 2014-2020 рр.

Регіони	2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	Од.	У % до поперед. року	Од.	У % до поперед. року	Од.	У % до поперед. року	Од.	У % до поперед. року	Од.	У % до поперед. року	Од.	У % до поперед. року	Од.	У % до поперед. року
АР Крим	1172	110	1273	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вінницька	77	117	100	111	98	98	99	101	80	81	85	106	106	106
Волинська	130	97	150	119	138	92	139	101	137	99	131	96	96	96
Дніпропетровська	275	95	262	101	265	101	253	95	254	100	228	90	90	90
Донецька	494	98	458	95	112	24	139	124	126	91	121	96	96	96
Житомирська	68	103	77	110	79	103	77	97	83	108	80	96	96	96
Закарпатська	216	96	284	137	287	101	268	93	256	96	250	98	98	98
Запорізька	312	101	358	114	355	99	311	88	376	121	374	99	99	99
Івано-Франківська	378	53	225	113	243	108	230	95	257	112	274	107	107	107
Київська	142	94	170	127	164	96	158	96	176	111	162	92	92	92

Кіровоградська	61	73	120	74	101	77	104	67	87	52	78	46	88
Луганська	112	109	97	105	96	21	20	27	129	29	107	29	100
Львівська	317	328	103	342	104	340	99	331	97	343	104	337	98
Миколаївська	283	300	106	316	105	315	100	287	91	261	91	271	104
Одеська	497	623	125	685	110	629	92	647	103	583	90	529	91
Полтавська	126	133	106	154	116	143	93	139	97	109	78	107	98
Рівненська	63	63	100	71	113	65	92	59	91	58	98	52	90
Сумська	72	69	96	68	99	60	88	55	92	57	104	52	91
Тернопільська	62	64	103	73	114	70	96	68	97	70	103	66	94
Харківська	197	221	112	221	100	200	90	192	96	172	90	175	102
Херсонська	256	315	123	363	115	319	88	259	81	240	93	225	94
Хмельницька	76	84	111	106	126	100	94	87	87	88	101	90	102
Черкаська	128	115	90	125	109	124	99	119	96	124	104	119	96
Чернівецька	89	100	112	97	97	100	103	94	94	86	91	81	94
Чернігівська	81	79	98	77	97	74	96	65	88	53	82	49	92
м. Київ	198	185	93	177	96	194	110	171	88	186	109	182	98
Всього	5882	6041	103	6411	106	4572	71	4341	95	4256	98	4115	97

Таблиця А.4

Кількість розміщених у колективних засобах розміщування в регіонах України у 2014-2020 рр.

Регіони	2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		
	тис. осіб	тис. осіб	у % до поперед. року	тис. осіб	у % до поперед. року	тис. осіб	у % до поперед. року	тис. осіб	у % до поперед. року	тис. осіб	у % до поперед. року	тис. осіб	у % до поперед. року	тис. осіб	у % до поперед. року
АР Крим	1377	1417	103	1452	103	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вінницька	115	146	128	135	92	140	104	130	93	139	107	162	117	162	117
Волинська	117	102	87	118	116	108	92	112	104	117	104	125	106	125	106
Дніпропетровська	333	419	126	557	133	440	79	418	95	447	107	423	95	423	95
Донецька	410	472	115	454	96	127	28	141	111	98	69	142	146	142	146
Житомирська	61	71	116	76	108	66	87	72	108	81	113	86	105	86	105
Закарпатська	204	217	106	246	113	221	90	230	104	269	117	313	116	313	116
Запорізька	263	302	115	287	95	283	99	262	92	310	118	320	103	320	103
Івано-Франківська	214	268	125	252	94	263	104	283	107	341	121	341	100	341	100

Київська	222	232	105	243	104	225	93	202	90	295	146	294	100
Кіровоградська	62	58	94	67	115	63	95	63	99	65	103	59	91
Луганська	142	141	99	145	103	10	7	25	254	29	117	33	114
Львівська	627	681	109	718	105	620	86	715	115	861	120	988	115
Миколаївська	205	217	106	202	93	174	86	187	107	212	113	210	99
Одеська	481	546	113	568	104	391	69	472	121	515	109	478	93
Полтавська	178	195	110	218	112	196	90	229	117	235	102	262	112
Рівненська	106	116	109	149	128	131	88	119	91	117	98	99	85
Сумська	71	66	93	65	99	67	103	53	80	63	118	58	93
Тернопільська	91	136	149	148	109	126	86	138	110	211	152	125	59
Харківська	300	301	101	321	106	259	81	255	99	269	105	292	109
Херсонська	142	203	144	191	94	160	84	157	98	179	115	161	90
Хмельницька	178	196	110	197	100	167	85	166	100	184	110	183	100
Черкаська	107	106	99	130	122	125	97	134	107	150	112	175	116
Чернівецька	98	104	106	120	116	107	88	107	101	109	101	120	110
Чернігівська	75	82	109	80	98	65	82	60	91	69	116	59	86
м. Київ	1247	1093	88	1164	106	890	76	1049	118	1182	113	1155	98
Всього	7427	7887	106	8303	105	5424	65	5780	107	6545	113	6661	102

Таблиця А.5

Кількість суб'єктів туристичної діяльності в регіонах України у 2013-2020 рр.

Регіони	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020			
	Од.	у % до поперед. року	Од.	у % до поперед. року	Од.	у % до поперед. року	Од.	у % до поперед. року	Од.	у % до поперед. року	Од.	у % до поперед. року	Од.	у % до поперед. року	Од.	у % до поперед. року		
АР Крим	636	100	636	101	640	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Вінницька	79	87	87	76	76	69	91	63	68	91	108	69	101	87	87	126	126	
Волинська	76	83	83	109	85	80	94	68	85	85	101	66	96	74	74	112	112	
Дніпропетровська	397	404	404	102	487	121	324	67	294	91	322	110	325	101	416	416	128	128
Донецька	408	310	310	76	355	115	84	24	23	27	143	42	127	93	93	221	221	221
Житомирська	64	66	66	103	58	88	44	76	47	107	119	47	84	63	63	134	134	134

Закарпатська	149	130	87	82	63	74	90	67	91	65	97	63	97	91	144
Запорізька	166	160	96	250	156	231	92	140	61	161	115	160	99	188	118
Івано-Франківська	116	109	94	112	103	99	88	83	84	107	129	105	98	128	122
Київська	63	69	110	134	194	104	78	90	87	119	132	116	97	217	187
Кіровоградська	50	64	128	70	109	56	80	46	82	47	102	43	91	54	126
Луганська	94	87	93	225	259	15	7	11	73	19	173	17	89	29	171
Львівська	230	279	121	272	97	235	86	221	94	272	123	282	104	342	121
Миколаївська	86	72	84	75	104	65	87	60	92	69	115	63	91	87	138
Одеська	261	289	111	302	104	249	82	245	98	268	109	264	99	270	102
Полтавська	116	127	109	130	102	110	85	91	83	88	97	93	106	155	167
Рівненська	50	65	130	78	120	69	88	59	86	66	112	60	91	93	155
Сумська	74	53	72	59	111	51	86	53	104	57	108	58	102	79	136
Тернопільська	72	64	89	70	109	49	70	43	88	53	123	45	85	63	140
Харківська	296	370	125	358	97	309	86	264	85	255	97	263	103	266	101
Херсонська	82	79	96	69	87	70	101	53	76	72	136	67	93	80	119
Хмельницька	76	99	130	100	101	84	84	78	93	89	114	90	101	89	99
Черкаська	98	108	110	99	92	82	83	75	91	86	115	92	107	101	110
Чернівецька	119	141	118	121	86	68	56	65	96	66	102	65	98	77	118
Чернігівська	50	59	118	59	100	57	97	55	96	51	93	51	100	58	114
м. Київ	885	1336	151	5	101	7	90	888	74	948	107	923	97	3	118
Всього	479	5346	112	571	107	388	68	318	82	3506	110	3469	99	429	124
	3			1		5		2						3	

Таблиця А.6

Кількість осіб обслугованих суб'єктами туристичної діяльності в регіонах України у 2013-2020 рр.

Регіони	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020р	
	тис. осіб	308	у % до поперед. року	86	тис. осіб	297	у % до поперед. року	97	тис. осіб	571	у % до поперед. року	107	тис. осіб	429	у % до поперед. року	124
АР Крим	359	308	86	297	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Вінницька	26	26	98	30	114	21	70	23	110	27	121	39	141	42	109
Волинська	15	20	135	19	98	15	75	16	107	27	170	17	64	22	128
Дніпропетровська	64	68	106	81	119	57	70	46	81	58	125	76	131	117	155
Донецька	88	91	103	114	125	15	13	3	22	11	330	9	85	28	308
Житомирська	11	13	120	10	75	6	63	6	104	9	137	10	110	18	189
Закарпатська	22	20	93	20	99	12	58	11	92	12	109	15	126	25	173
Запорізька	60	35	59	54	154	39	72	31	79	40	131	48	118	56	118
Івано- Франківська	59	110	186	78	71	64	82	66	103	80	121	73	92	56	76
Київська	13	18	145	24	133	13	54	12	88	25	216	37	148	66	180
Кіровоградська	27	21	78	15	71	8	56	8	92	9	113	8	95	12	137
Луганська	16	22	141	35	158	1	2	1	119	2	202	3	149	6	222
Львівська	129	124	96	189	152	92	49	112	122	182	162	175	96	182	104
Миколаївська	28	20	73	19	93	9	48	7	82	9	121	12	131	19	161
Одеська	76	65	86	62	95	43	70	46	106	59	129	72	122	81	113
Полтавська	27	28	104	20	72	13	64	9	73	15	154	19	130	32	168
Рівненська	9	13	142	14	101	9	66	7	74	9	136	11	124	22	197
Сумська	14	14	101	13	98	9	64	8	88	9	117	11	127	16	145
Тернопільська	14	12	87	13	109	9	67	7	74	8	113	10	127	13	137
Харківська	74	106	143	92	87	71	78	31	44	40	129	52	128	62	120
Херсонська	29	17	60	16	92	16	98	12	74	17	142	20	122	26	129
Хмельницька	31	32	104	24	75	19	78	25	134	20	78	27	135	26	96
Черкаська	11	12	108	16	130	10	61	9	88	12	137	21	179	26	126
Чернівецька	36	19	52	19	98	17	89	16	95	19	124	20	105	30	145
Чернігівська	16	16	101	9	59	8	82	7	92	12	166	16	137	22	140
м. Київ	945	1769	187	2171	123	1851	85	1502	81	1841	123	2006	109	3550	177
Всього	2200	3001	136	3454	115	2425	70	2020	83	2550	126	2806	110	4557	162

Підписано до друку 30.01.2023.
Здано до набору 30.01.2023.
Друк цифровий. Гарнітура Times New Roman.
Умов.друк.арк. 21,6
Зам. № 300123 від 30.01.2023
Видавець ТОВ "Друк "
Реєстраційне свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців серія
ДК №5909 від 18.09.2017 р.
Віддруковано з оригіналу макету замовника в ТОВ «Друк»
м. Вінниця, вул. 600-річчя, 25, 21027.